A MARIA-R BRAS

A 25 DE JU

.ufsm.b

REVISTA

ENCONTRO
CIONAL DE
TUDANTES DE
ESIGN
IGN EMERGENTE

14º EN
NACI
ESTUD
DES
DESIGN E

O CAMINHO É O RASTRO QUE NELE PROJETAMOS

"Não somos nem melhores nem piores.
Somos iguais. Melhor é a nossa causa"
Thiago de Mello

Se nos fosse dada a oportunidade de cada um de nós, 2000 pessoas que testemunharam o 14º N Design, registrá-lo, teríamos diferentes histórias para contar. Algumas experiências, é verdade, compartilhadas por todos, embora com diferentes apreensões do real. Cada leitura que fazemos de um fato está à mercê das antenas com que captamos o mundo. E, por essa razão, este registro não tem a pretensão de dizer o que foi o 14º N Design como um decreto oficial – seria impossível descrever a imensidão de sentimentos e sensações de um encontro com tantas pessoas.

Esta publicação foi motivada pela crença de que a criação de um espaço de memória, informação e opinião é capaz de multiplicar a experiência coletiva para outras pessoas. Parte da idéia de que um encontro não tem um fim em si mesmo e de que sua mensagem, as discussões e as experiências adquiridas naquela semana podem ecoar em outros lugares, transcender o tempo e o espaço.

A oportunidade que tivemos com este encontro significou um despertar, a chance de perceber que algumas coisas poderiam mudar. Em quase 2 anos de trabalho - da organização até a fase de registro do evento - aprendemos a imaginar. Em função de um sonho, abrimos brechas, prospectamos e exploramos todas as possibilidades que virtualmente existiam e que devem ainda ser desenvolvidas e realizadas. Significou, sobretudo, a reinvenção de nós mesmos. E é isso que acontece quando nos encontramos. Temos a possibilidade de arquitetar utopias – e não só imaginá-las – que são capazes de constituir uma forma de ação, e não uma mera interpretação da realidade.

Mas nenhuma mudança se funda no vazio. Todas as utopias se reportam ao que existe e só começamos a pressentir que as coisas poderiam ser diferentes quando a necessidade de interrogar e compreender o que vemos de fora nos é imposto. Fazer parte da história deste Encontro (seja como participante e, neste caso, como organizadora) significou seguir um caminho e um percurso: caminho que de fora se impôs e percurso que nele fizemos. Os caminhos só existem quando percorremos. Fora isso, seria apenas uma proposta de trajeto. Mas se deixarmos que só os caminhos determinem os caminhantes, atrofiaremos nossos olhares e não iremos muito longe.

Mas a mensagem é de esperança: da alegria de momentos felizes entre amigos distantes à construção de uma identidade profissional consistente, que consiga dar respostas à sociedade. De momentos individuais inesquecíveis a experiências coletivas marcantes, da alegria da chegada à inquietação da partida, das mil idéias que tivemos ao entrar em contato com tantas pessoas diferentes e interessantes, enfim, essa história, apesar de ter poucos interlocutores (devido ao espaço limitado de uma publicação impressa), representa um pouco da experiência que todos nós, eu e você, pudemos tirar dele. E ainda podemos mais...

Tereza Bettinardi

EXPEDIENTE

Esta é a Revista do 14º Encontro Nacional de Estudantes de Design que aconteceu entre os dias 18 a 25 de julho de 2004, no Campus da UFSM em Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. O evento contou com 1670 participantes inscritos, sem contar mais pessoas que circularam pelos corredores do CAL durante aquela semana inesquecível. ***Enfim, foi trimassa!***

Edição: *Tereza Bettinardi*
Redação Geral: *Tereza Bettinardi*
Colaboradores: *Carla Carlos, Francieli Rebelatto, Edina Girardi, Luciane Treulieb, Rafael Righi, Aline Stangherlin, Ana Paula Martins, Thais Brugnara Rosa, Homero Pivotto Júnior, Marina Chaccur, Luiz Fernando Pizzani*
Projeto Gráfico: *Tereza Bettinardi, Renata Cassol, Juliana Dalla Rosa, Carlota Viero e Lucas Colusso*
Ilustrações: *Lucas Colusso e Filipe Rolim*
Tiragem: *2000 exemplares*
A 14º Comissão Organizadora do N Design foi composta por: Cleiton Comoretto Barcelos, Tereza Bettinardi, Fábio Dias, Maria Gabriela Saldanha, Renata Cassol, Gabriel Silveira, Carlota Viero, Juliana Dalla Rosa, Alicia Paldes Gonçales, Franciani Pires, Vanessa Reyes.

VALEU!

Este trabalho não seria o mesmo sem a colaboração e o apoio das seguintes pessoas:
Adriana Correa, Alethea Goara, Ângela Denise Bender, Armando Fontes, Augusto Fornari, Camila Fank, Camila Vieira, Caroline Budal Arins, Caroline Melo, Daniel (Larusso) Barros, Daniel Mellado Paz, Daniel Pinna, Diogo Louzada, Edgardo Kevorkian, Eduardo Gonçalves, Felipe Canova, Gabriel Hartung Lovato, Guilherme Neves, Henrique Nardi, Homero Pivotto Júnior, João Paulo Alves, José Bessa (Elesbão), Laura Lídia Rosa, Leo Drumond, Lígia Medeiros, Lucia Farias, Luiz Fernando Pizzani, Luiz Vidal Negreiros Gomes, Mara Lucia Bettinardi, Marina Chaccur, Marcio Rocha Pereira, Marcio Shimabukuro, Miguel Etges, Pablo de los Santos, Pedro Belleza, Rafael Souza Camargo (Camarão), Renata Chede, Renato Faccini, Rubens Vilhena Bettinardi, Silvia Letícia Pahins.

DA HORA, PORRETA, TRI LEGAL!

O Encontro Nacional de Estudantes de Design é pano de fundo para muitas histórias. Amizades, parcerias, idéias, futuros redesenhados e casos de amor... Dedicado a tudo que fez e faz deste Encontro um momento único!

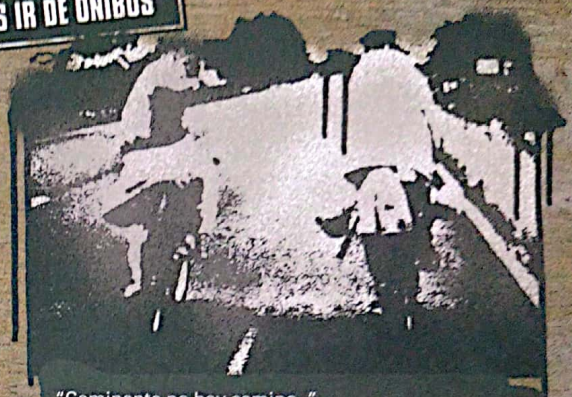
PÁGINA 04

VOCÊ É DE ONDE?

Entre um chimarrão e outro, em todas as suas variações – graças à geografia – essa certamente foi a pergunta mais freqüente entre todos nós. Da constatação da diferença à divisão das expectativas, acompanhe as movimentações do dia da chegada!

PÁGINA 14

EU NÃO QUIS IR DE ÔNIBUS



"Caminante no hay camino.."
É verdade, teve gente que pedalou para chegar ao N.

PÁGINA 16

TROFÉU SEM NOÇÃO

O FRUTA DO CONDE esteve presente na Repentina do 14° N Design! Conheça em primeira mão o prêmio de melhor atuação, o pior slogan, a pior roupa amarela, a pior identidade visual que um partido poderia adotar...

PÁGINA 21

Hmmm...

É claro que a maioria não esperou até o sábado para descobrir o que haveria por traz do tão falado churrasco gaúcho, mas ainda sim, surpresas não faltaram!

PÁGINA 47

SUMÁRIO

MEMÓRIAS, CRÍTICAS E DECLARAÇÕES DE AMOR	04
UTOPIA DISTANTE	07
SETE DIAS PARA O N!	12
TODAS AS DIREÇÕES SE ENCONTRARAM AQUI	14
UMA NOVA REPÚBLICA	18
UNIR RACIONLAMENTE AS PESSOAS	22
A MARATONA COMEÇA	23
ANATOMIA DE UMA SEMANA	26
"DE HARRY POTTER JÁ TEMOS MUITO!"	28
CONSCIÊNCIA, MARCA, ATIVISMO	30
O DESIGN E OS OUTROS	36
A INFLUÊNCIA DAQUILO QUE SE PROJETA	40
TUDO SOBRE A PLENÁRIA FINAL	44
ESPECIALIDADE DA CASA	47
O REGISTRO DO REGISTRO	48

MEMÓRIAS, CRÍTICAS E DECLARAÇÕES DE AMOR

"Tu veio aqui pra me perguntar alguma coisa ou pra rir?!"

Fábio Dias, na sala da CONDE, utilizando seu American Stress Card comTereza, também da organização

"Pelos poderes a mim delegados como MC [mestre de cerimônias], eu declaro oficialmente aberto o 14º N Design aqui em Santa Maria."

Homero Pivotto Junior, na abertura do evento

"Mussolini, assessino de argentino."

Pablo de los Santos, estudantes da Argentina, no alojamento do N após várias doses da bebida

"Quem tem ouvido, ouça; quem vê, olha e quem tem cabeça copia, brother!"

Repentina, GRUPO 9

"Tudo o que eu vejo aqui no N Design me faz pensar muito. Eu estou descobrindo que Desenho Industrial não é profissão de gente ignorante e vou voltar para minha cidade e talvez o design não vá ser simplesmente o meu ganha-pão, como eu tenho tratado. Eu não acreditava mais que as pessoas envolvidas com Desenho Industrial iriam fazer isso aqui dar certo. Mas eu estou mudando bastante a minha opinião por causa deste evento e das pessoas que estão fazendo ele."

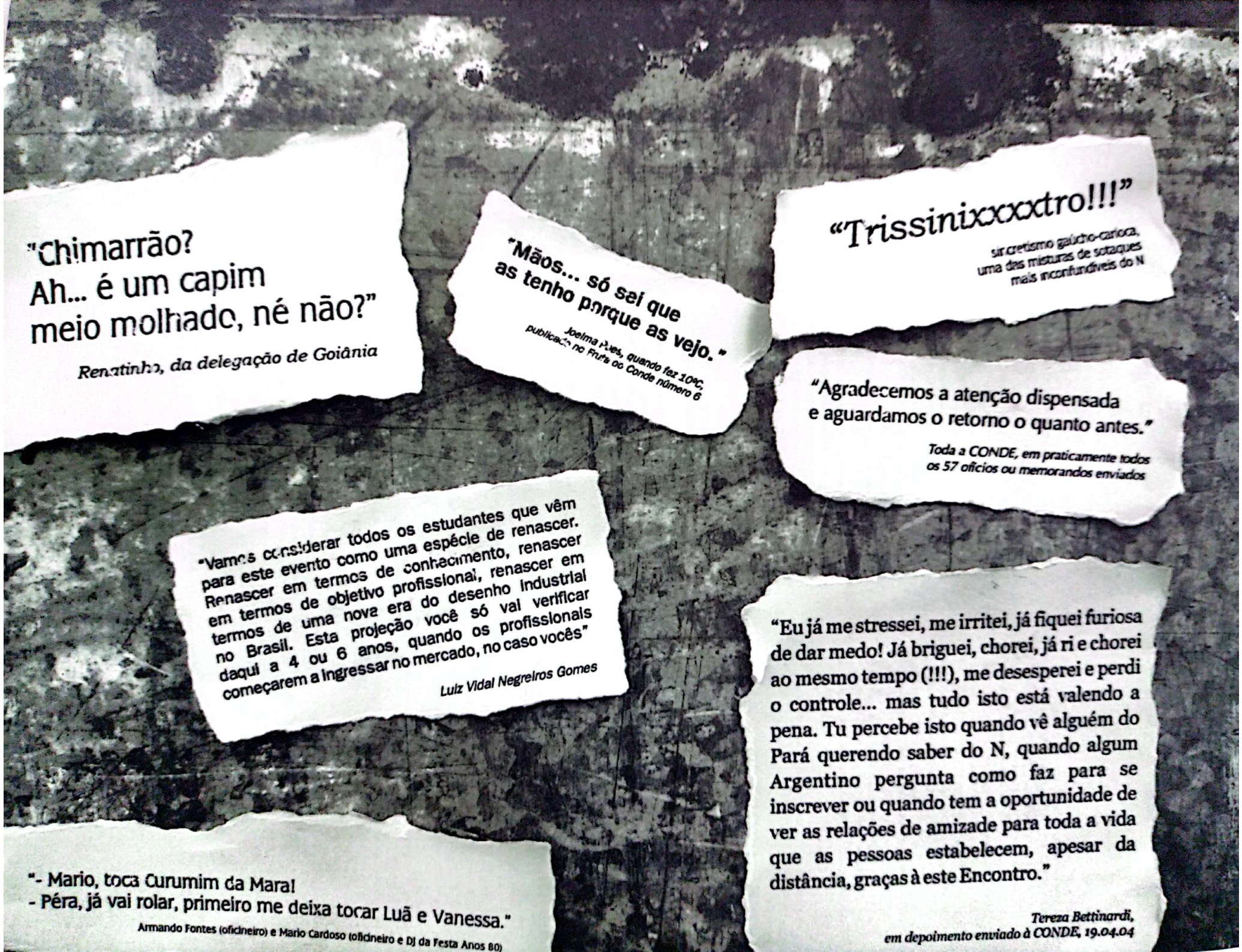
Pablo Rossi, debate sobre ensino 21.07.04

"Ok, vou dormir! Vê se acorda cedo amanhã! Agora é hora de virar o N para transformar em Z..."

Fábio Dias, nas conversas noturnas via MSN

"Se você olhar para o lado e se perguntar: quem limpou esta sala? Ou então: quem recepcionou este participante? Ou então: quem colocou aquela garrafa d'água em cima da mesa? Pense que foi Deus ou então que essas coisas acontecem naturalmente em eventos."

Fábio Dias, em um bilhete na sala da CONDE


"Chimarrão?
Ah... é um capim
meio molhado, né não?"
Renatinho, da delegação de Goiânia
"Mãos... só sei que
as tenho porque as vejo."
Joelma Reis, quando fez 10ºC,
publicação no Fruta do Conde número 6
"Trissinixxxxtro!!!"
sincretismo gaúcho-carioca,
uma das misturas de sotaques
mais inconfundíveis do N
"Agradecemos a atenção dispensada
e aguardamos o retorno o quanto antes."
Toda a CONDE, em praticamente todos
os 57 ofícios ou memorandos enviados
"Vamos considerar todos os estudantes que vêm
para este evento como uma espécie de renascer.
Renascer em termos de conhecimento, renascer
em termos de objetivo profissional, renascer em
termos de uma nova era do desenho industrial
no Brasil. Esta projeção você só vai verificar
daqui a 4 ou 6 anos, quando os profissionais
começarem a ingressar no mercado, no caso vocês"
Luiz Vidal Negreiros Gomes
"Eu já me stressei, me irritei, já fiquei furiosa
de dar medo! Já briguei, chorei, já ri e chorei
ao mesmo tempo (!!!), me desesperei e perdi
o controle... mas tudo isto está valendo a
pena. Tu percebe isto quando vê alguém do
Pará querendo saber do N, quando algum
Argentino pergunta como faz para se
inscrever ou quando tem a oportunidade de
ver as relações de amizade para toda a vida
que as pessoas estabelecem, apesar da
distância, graças à este Encontro."
Tereza Bettinardi,
em depoimento enviado à CONDE, 19.04.04
"- Mario, toca Curumim da Mara!
- Péra, já vai rolar, primeiro me deixa tocar Luã e Vanessa."
Armando Fontes (oficineiro) e Mario Cardoso (oficineiro e DJ da Festa Anos 80)

Procuras e Encontros

Essa história é sobre o tempo. E como os projetistas acreditam, sem querer, que podem controlá-lo. Fazer agora pensando no futuro. Planejar antes. Tempo de vida. Etapas, processo e produto final. Um profissional formado para... ter problemas, idéias e formar coisas com um certo limite temporal.
A vida acadêmica parece pouco tempo pra quem quer controlar o tempo. Ainda mais se você quer Encontrar algo. Cada um tem sua procura, claro. Mas é isso que não pode faltar: procura por algo a mais, um objetivo, um ideal, um motivo de ser e de fazer. Vontades além da sala de aula, do estágio e das festas dos finais (ou dias) de semana, além do Encontro e sua estrutura física. Desejos e utopias que até podem ser materializadas em palestras, oficinas, confraternizações, amigos, uma cidade diferente, em um crachá amassado no pescoço e nas vontades e nos pensamentos em cada uma das duas mil pessoas que foram até o Sul do país para Encontrar (ah, esse tal verbo transitivo e direto)...
Estranho é existir um grupo de pessoas que se dá o trabalho de pensar, fazer e organizar por meses ou até anos algo que dura dias. Um evento dura dias, um Encontro dura muito mais. Dura mais porque tem algo antes: motivos, expectativas, procuras. Mas o que será que vem depois? Você, por exemplo, lê um fruto do Encontro. Tem gente querendo controlar o tempo e estender a procura, seja pessoal ou coletiva, para além dos sete dias do evento. No caso deste texto, acho que os atemporais somos nós três, eu, você e os editores da revista, que materializaram a nossa procura e promoveram o nosso Encontro. Quando tiver um tempo livre, recomendo: procure mais e Encontre mais.

Daniel (Larusso) Barros foi da organização do 1º R Design Sul em Florianópolis e é estudante de design gráfico da UFSC.

La necesidad de encontrarse con el diseño

La experiencia de primer Encuentro Nacional de Estudiantes de Diseño fue, personalmente, una experiencia distinta a las anteriores en cuanto a encuentros sociales. Y digo social en el sentido de compartir, en este caso, compartir entre iguales: jóvenes estudiantes de con el objetivo común de ser diseñadores.
¿Que tipo de diseñadores queremos ser? Porque si hay algo que esta claro es que no existe "el diseñador" a secas, aquel en lo cual su disciplina es "lo proyectual" al margen de la realidad. Y justamente este encuentro se planteaba un desafío gigantesco. "Hagamos emerger el diseño" postulaba su manifiesto. Y el diseño emergió. Pero no nació de la disciplina en si misma, sino del compartir. El intercambio de experiencias de las más comunes, de la vida, de compartir 7 días, es lo que mas aportó desde mi punto de vista, a ese camino de hacer emerger el diseño. Conocí personas de todo Brasil, de distintas clases sociales, realidades, y objetivos distintos. "Aeeee!!! Argentinoooo!!!" Era el grito que escuchaba cuando entraba en el alojamiento, desde el primer momento. Y fue ahí donde me sentí uno más. Y lo dije en el plenario de cierre: me siento uno mas de ustedes, me siento uno de sus hermanos. Y no como una frase hecha, si no como un latinoamericano que todos los días sufre, como muchos otros, por su tierra, por poder seguir estudiando, por poder encontrar un poco de libertad Y que todos los que no la tienen la puedan tener.
¿Y que tiene que ver el diseño en todo esto? Absolutamente todo. Porque los diseñadores tenemos grata tarea de comunicar, es decir, configurar los discursos. Y el discurso dominante en el diseño también es de aquellos que tienen el poder. Porque el diseño no esta afuera de la sociedad. Insisto en esto porque muchos nos enseñan diseño como si estuviéramos en un "caja de cristal, limpia, aséptica, alejada de todo aquello malo y sucio, dicen ellos, como la política, la pluralidad de pensamiento, la libertad de expresión, la libre elección de cátedras para poder elegir que tipo de profesionales queremos ser, etc. ¿A que voy con todo esto? A que el diseño debe emerger. Es una responsabilidad nuestra que lo haga de cara a un pueblo latinoamericano que lucha por conservar su identidad y que esa identidad sea la base de encontrarnos con un diseño latinoamericano. En ese aspecto en las distintas ponencias que estuve se planteaba esta necesidad de encontrarnos con nuestra identidad. Y en forma colectiva. Y la oficina en la que participé me permitió conocer Santa María de otra manera. "A cidade fala" nos decían los que organizaron la oficina, y nosotros, con Mariela, una chica Argentina pudimos escucharla. Y escuchar a su gente, Tomar "chimarrão" con los "gaúchos" como si tomara una ronda de mate en mi país. Y conocer a la gente de otra manera.
Eso es lo que mas me marco de esta experiencia. Poder compartir, y poder conocer a las personas de este pueblo hermano de una manera distinta. Y poder con ellos plantearnos ese desafío: hacer emerger el diseño de cara a las necesidades del pueblo.

Pablo de los Santos esteve no N e estuda Design Gráfico na Universidade de Buenos Aires, Argentina.

Nervosismo, agitação, medo, alegria e responsabilidade essa é a mistura de sentimentos ao entrar na organização deste encontro. Satisfação, tranqüilidade, contentamento, realização e... responsabilidade é o sentimento ao ver o N acabado. Dupla responsabilidade, pois, além de estruturar e constituir a base de um evento para 2000 pessoas dispostas a viajar, vivenciar e construir uma semana de idéias e atitudes; depois nos vemos na obrigação de continuar nossa missão, não fazer acabar simplesmente tudo aquilo que discutimos e vivenciamos durante um ano inteiro de trabalho. Os momentos de estresse se anulam quando podemos ver todas as outras pessoas usufruindo, criando e transformando coisas novas no espaço que antes era idealizado apenas por nós. Por isso é preciso acreditar, neste Encontro, nas nossas idéias e principalmente na capacidade que temos de tornar os nossos desejos e motivações reais.

Juliana Dalla Rosa foi membro da CONDE Santa Maria 2004.

"Seja pelas horas de viagem num ônibus, seja pelas coisas que se aprende, seja pela doença que fez você perder metade do encontro, seja pelos porres, seja pelas pessoas, é impossível esquecer um N Design. Este em especial, dentro da Organização, fizeram que o caminho fosse além dos 7 anos e mais alguns de viagem... foi um ano e tanto só de N!
Também nunca esquecerei que quando se quer muito uma coisa sempre se acha força, da sensação de ver as pessoas se divertindo, das pessoas que conheci, de respirar aliviada no sol do churrasco no último dia pensando "conseguimos!", da lição que junto de amigos que nada é impossível e de estar escrevendo isso quase um ano depois e pensando "minha nossa, como toda essa loucura valeu a pena!"

Alicia Gonçales foi membro da CONDE Santa Maria

Blues do N Design

Dois estudantes de Joinville (Univille), Eduardo Carlos Hoffmann e Cláudio Rollin, durante o churrasco de sábado, tiveram a idéia de compor uma música em homenagem ao encontro, um espécie de hino. Eles e mais alguns amigos, no gramado do Parque de Exposições da UFSM escreveram a letra ali mesmo. Quem ficou até o fim da plenária final do N pode conferir a estréia da música.

Blues do N Design
(Eduardo Carlos Hoffmann / Cláudio A. L. Rollin)

(G7 C7 G7)
Trancado num ônibus, durante horas a fio
Uma cambada de estudantes
Rumo a algum lugar do Brasil

(E7 C7 G7)
Não é apenas um Congresso estudantil
É um lugar na puta que o pariu

Sete dias, fora de casa
E pra começar, vamos todos detonar

(Refrão)
Longe de casa
Longe de tudo
[é o que?] É o N Design

É o N Design...

Na parte da manhã rolam oficinas
E pra variar, eu não consegui acordar
Pois a festa foi longe demais

Que ressaca!
Não agüento mais

Noites em claro que se vão
O que eu quero é diversão

(Refrão)

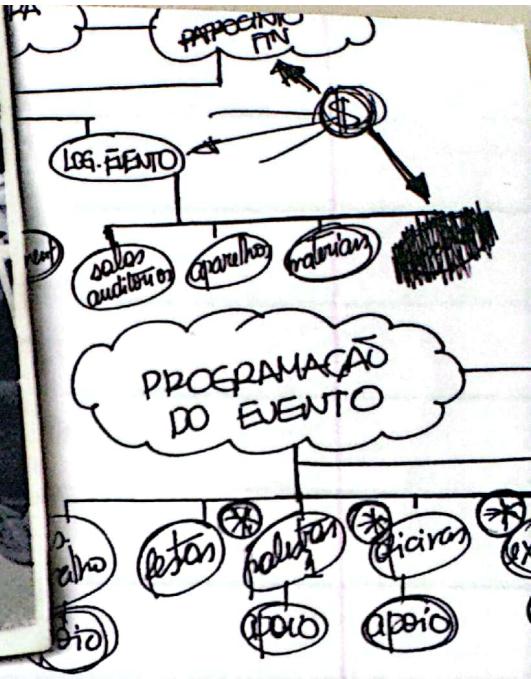
Depois do almoço no R.U.
Um cochilo digestivo
E a sobremesa era doce

E depois de relaxar
Vamos todos estudar

Tivemos palestras sensacionais
Mostras de vídeo, trabalhos demais

Não é apenas um Congresso estudantil
É o Encontro Nacional dos Estudantes de Design
Brasil.

É o N Design...



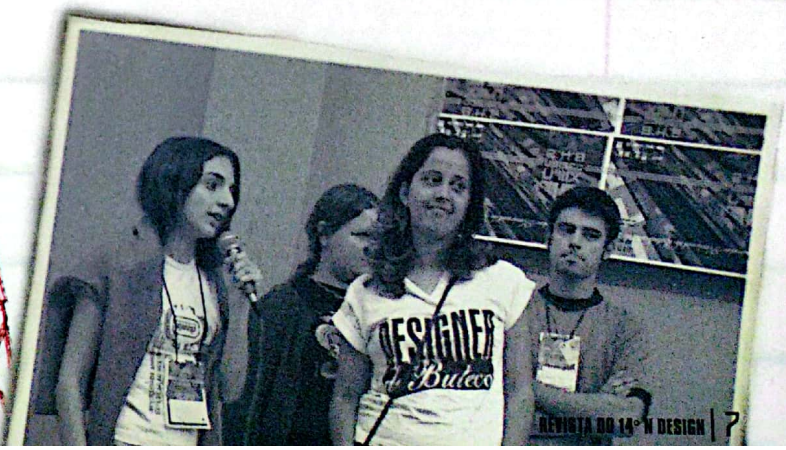
UTOPIA DISTANTE

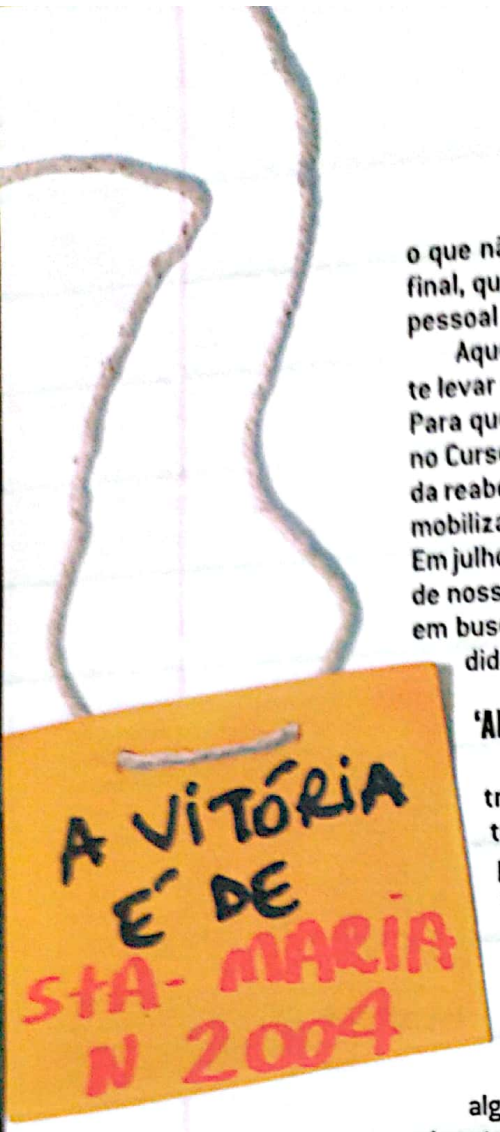
O caminho de um pequeno grupo de estudantes de design que unidos por uma idéia, encontraram quase duas mil pessoas.

A crença de que era possível. Por mais diferentes que fôssemos, independente do grau de otimismo frente a tantas idéias mirabolantes, precisávamos acreditar que as coisas estavam ao nosso alcance. Não só isso, mas que valia a pena. Da idéia à materialização deste projeto, surgiram dificuldades, alegrias e grandes amigos, ao mesmo tempo que perdíamos a paciência, o sono, o peso e, sobretudo, o medo. Participar da organização do N Design significou enxergar horizontes maiores e entender que trilharíamos um caminho apenas com as nossas pegadas, ao andar.

12º N Design: Bauru, São Paulo, Julho de 2002. Foi lá que despertou a idéia de trazer o N para Santa Maria pela segunda vez (a primeira aconteceu em 1992, na época o 2º N Design). A continuidade do encontro estava ameaçada, caso nenhuma Universidade se candidatasse a levar a "bucha" para casa. Nas reuniões do Conselho Nacional de Estudantes de Design – responsável pela escolha da próxima sede do encontro – tinha sido cogitada, inclusive, a hipótese de não ocorrer encontro no próximo ano. E, entre tantos boatos, surgiu até o que dizia que Santa Maria também era candidata,

"VEM PARA O SUL"
Na foto da direita: Thays Salva, Ana Bencz, Camila Vieira e Cleiton Barcelos, durante a apresentação de Santa Maria no 13º N em Belo Horizonte.





o que não passava de mera especulação, pois, ao final, quem levou, naquele ano, o N para casa foi o pessoal de Belo Horizonte.

Aquele boato levantou a hipótese de realmente levar o N Design para Santa Maria mais uma vez. Para que isso fosse possível, formou-se uma base no Curso de Desenho Industrial da UFSM – através da reabertura do Centro Acadêmico – e, a partir daí, mobilizaram-se mais pessoas a apostarem na idéia. Em julho de 2003, na efervescência da organização de nossa delegação rumo ao 13º N Design, saímos em busca de apoios para apresentar a nossa candidatura.

'ANO QUE VEM, VEM PARA O SUL"

Em Belo Horizonte, a disputa estava entre Santa Maria, Vitória e Porto Alegre. A estrutura dos outros candidatos assustou um pouco e, às pressas, tratamos de imprimir adesivos e buscar aliados. Muitas pessoas foram motivadas a participar da, até então, hipotética CONDE Santa Maria justamente por ajudar a distribuir o material de divulgação. E se, para manifestar o apoio a Santa Maria, os adesivos oficiais não foram suficientes, alguns trataram de manifestar sua preferência de outras formas.

Conversa aqui, conversa ali... e, por 23 votos a favor e 11 contra (9 para Porto Alegre e 2 para Vitória), ficou decidido que o 14º N Design ia acontecer em Santa Maria. Claro que a ficha não caiu ali, e a idéia de que todas aquelas pessoas, vindas de vários lugares do país, estariam pelos corredores do nosso curso no próximo ano, animava e assustava ao mesmo tempo.

PELA ESTRADA

A estratégia era participar do maior número de eventos possível para obter contatos, referências e experiências. A divulgação também era importante. Joinville, Mar del Plata, Buenos Aires, São Paulo e Curitiba foram alguns dos nossos destinos.

Outra solução que encontramos foi procurar conhecer e entender a história do que já tinha sido feito em outros Ns. Por essa razão, iniciou-se um período de "caça-às-condes" que nos levou, inclusive, a incluir um momento para esta história na própria programação do 14º N. Referências como a revista do 1º N e relatos de pessoas que participaram da história – seja como participantes, organizadores, apoios ou palestrantes – serviram muito para escolher que tipo de encontro queríamos.

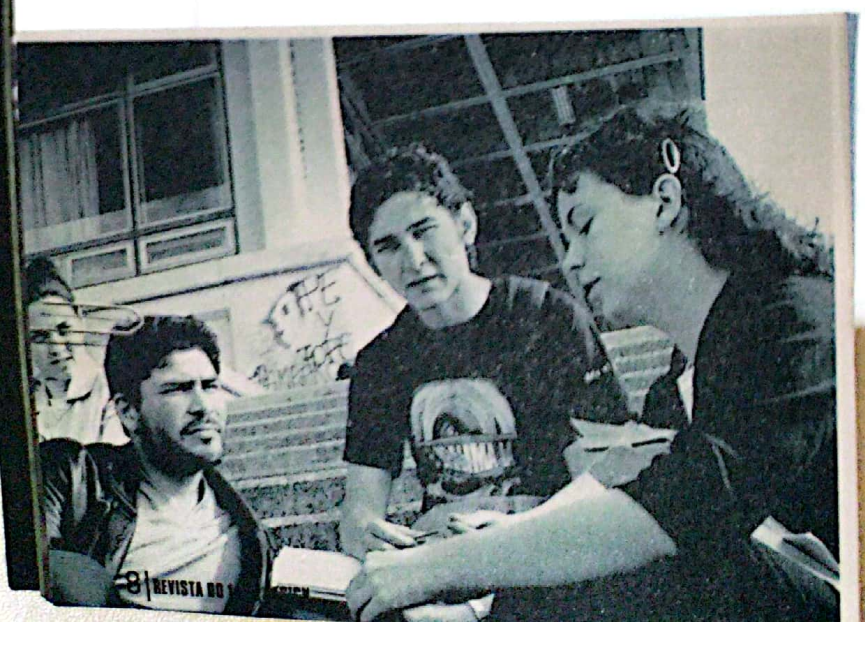
UMA CÂMERA NA MÃO E UMA IDÉIA FIXA NA CABEÇA

Em janeiro de 2004, acontecia a quarta edição do EnCONE, o Encontro do Conselho Nacional de Estudantes de Design, em São Paulo. Era intenção do encontro discutir assuntos relacionados ao Conselho e ao próximo N Design. Precisávamos apresentar a nossa cidade e as mobilizações para o encontro, até para que as pessoas se animassem e ao mesmo tempo não tivessem surpresas desagradáveis ao desembarcarem por aqui. Por isso a idéia de um vídeo, para distribuir aos representantes.

Mas apresentar o quê? Seis meses antes do N, não tínhamos nada de concreto que pudesse ser mostrado. Em função disso, ficou decidido que apresentaríamos qualquer coisa: o que tínhamos, o que achávamos que tínhamos e até o que não tínhamos.

As gravações ocorreram uma semana antes da viagem. O roteiro foi escrito em duas noites, as gravações feitas em três dias e a edição nos outros dois, transformando aquele quebra-cabeça de imagens em algo coerente. Tensão que no final rendeu aquele vídeo, que, apesar das falhas técnicas e limitações impostas pela falta de tempo e experiência, representava a nossa vontade e a nossa força para superar problemas que aparecessem. Claro que o trabalho não se compara ao que foi a correria do evento, mas era uma pequena amostra do que viria nos meses a seguir. Fita na mão, rumo a São Paulo com a expectativa de "dar a cara a tapa".

A conclusão do EnCONE foi de que o pior estava por vir. A idéia de muitos era que as leis de Murphy



PELA ESTRADA

Como uma missão a algum planeta distante, levávamos o que tínhamos à mão. Tudo sempre feito às pressas. Na volta, muitos amigos, materiais trocados, revistas, livros e a experiência de outros encontros.

Na foto ao lado: encontro com representantes da Universidade Argentina.

se aplicavam diretamente a nós, daí é que nos dedicamos para fazer dar tudo certo. Claro que havia os mais otimistas, mas, naquele exato momento, a situação não era animadora: sem projeto, sem previsão de custos, sem programação das atividades, sem programação visual, sem dinheiro. Um dia a ficha tinha que cair, não é mesmo? A nossa caiu assim: "não teremos férias"!

NOSSAS FÉRIAS

Entre final de janeiro e o início de março, o trabalho concentrou-se em completar o projeto do evento, dar o pontapé inicial da programação visual e preparar o site para as inscrições em abril. Alguns prazos também foram definidos – início das inscrições, apresentações de trabalhos, recebimento de propostas para oficina. Como já foi dito no próprio diário da organização na época, a tentação de gastar o dinheiro do patrocínio em caixas de cerveja e passagens para o Caribe era enorme, mas fomos fortes!

A rotina era basicamente a seguinte: ir para a UFSM pela manhã, almoçar no campus, continuar os trabalhos até as 17h, quando o porteiro do prédio nos convidava a irmos embora; continuar os trabalhos em casa até mais ou menos 3h da manhã, dormir e começar tudo no outro dia. No fim de semana, não tinha folga para o trabalho, na verdade não fazia muita diferença se era domingo ou quinta-feira.

EM BUSCA DO POTE DE OURO

Com o projeto em mãos, era hora de correr atrás de apoio. O orçamento monstruoso e o histórico das edições passadas assustavam – não poderíamos dar um passo maior que as pernas. Durante um mês inteiro, os telefones da sala da CONDE estavam quase o tempo todo ocupados com alguém tratando com algum possível patrocinador.

Diz uma lenda que existe um tesouro atrás do arco-íris, não é mesmo? Encontrar apoiadores para o N Design era vasculhar do início ao final do arco-íris. Fizemos uma lista enorme com nomes e contatos de empresas: de fábrica de salgadinho até empresas de celular. Foram quase 80 empresas, mais de 150 ligações e e-mails trocados. Primeiro era feito o contato telefônico, buscando falar com alguém do departamento de marketing, aí apertávamos a tecla "play": o que era o N, o histórico, os retornos e por que estávamos buscando aquela empresa para nos apoiar. A resposta também já era automática do outro lado da linha: mande o projeto-proposta por e-mail... e ficava por isso mesmo. Então entrava a persistência para ligar novamente, perguntar se o projeto fora lido e qual era a resposta. Em quase sua maioria, era negativa. Dinheiro de verdade, nós só recebemos na segunda quinzena de abril, com as primeiras inscrições e o depósito do primeiro patrocinador.

REUNIÃO! REUNIÃO! REUNIÃO!
A medida que o N se aproximava, as reuniões se tornavam cada vez mais frequentes e longas.

E O DESIGN EMERGENTE?

Em setembro, aconteciam as primeiras reuniões que tinham como pauta o tema. No começo foi feito um grande brainstorm sobre o entendimento de cada um sobre o design emergente e o resultado foi – novidade! – uma série de interrogações. É claro que o que mais teríamos eram perguntas ao invés de respostas, e a sensação de que elas já não eram recentes foi imediata: tecnologia, desenvolvimento, design e meio ambiente, identidade nacional, design e sociedade, valorização e reconhecimento eram as questões freqüentes.

Mas, cá entre nós, você também não tem a impressão de que tudo isso é antigo? Pois foi essa a conclusão a que, também, chegamos! Se tudo é tão antigo, por que ainda as mesmas questões? Para colocar ordem no caos, redigimos um texto que explicava as nossas intenções e trazia à tona aquele emaranhado de questões conhecidas por todos.

O resultado foi o Manifesto do Design Emergente, redigido naquele mesmo dia, com a urgência de termos algo verbalizado que mostrasse as nossas intenções. O texto tornou-se referência para os primeiros rumos da organização e ajudou a definir o conceito da programação visual mais tarde. Com o passar do tempo, algumas idéias perderam um pouco o fôlego, mas ainda assim esse manifesto fez parte do longo processo de aprendizado, um caminho, com novas escolhas aparecendo a cada momento.

PAUSA PARA A FILOSOFIA

"É da natureza das coisas, que elas dêem errado. Nós, é que nos matamos para fazê-las darem certo" - sob esse pensamento filosófico-pessimista é que algumas pessoas regeram suas ações pelas várias encruzilhadas da organização do N. Mas, na verdade, em muitos casos, a máxima tornava-se realidade.

O encontro tinha tudo para dar errado: pessoas inexperientes (nunca tínhamos organizado nem rifa de turma), a estrutura monstruosamente grande (muitas coisas acontecendo ao mesmo tempo), o iminente risco do prejuízo astronômico e os mil problemas de última hora que iriam aparecer! O mais curioso é que até os otimistas da Organização incorporaram, pelo menos em parte, os ensinamentos que a máxima nos traz e passaram a precaver-se dos "prováveis" problemas.

120 DIAS PARA O N!

Em março finalmente o nosso projeto de evento ficou pronto. A CONDE foi reformulada e novos membros foram aparecendo para ajudar. As responsabilidades foram mais bem delegadas e, a cada dia que passava, as escolhas definiram o formato do encontro.

As reuniões eram semanais, formalmente realizadas todas as quintas-feiras às 17h30min na sala da organização. Na verdade, a toda hora acontecia uma reunião sobre algum assunto, já que muitos adotaram a sala como local de trabalho diário. Sempre havia alguém no campus até altas horas da noite fazendo alguma coisa.

CASOS ESPECIAIS, DESISTÊNCIAS E TODO E QUALQUER TIPO DE BLÁ BLÁ BLÁ

Aumenta o número de pessoas e a dificuldade de agradar a todos também. Inscrições no ar e alguns problemas que viram rotina da CONDE. Inscrições que ainda não foram computadas no sistema, desistência de participantes, pedidos de devolução de dinheiro, dúvidas que não acabam mais. Alguns problemas eram tão freqüentes, que se pensou na fila dos "casos especiais" para o credenciamento.

E a lista de pedidos estranhos também era grande, como ligar para a gente para descobrir se perto do hotel havia caixa eletrônico do banco tal ou se o local das festas teria chapelaria. Ah! E os temas das festas! Pelo menos umas 10 mensagens diárias abarrotavam a nossa caixa de entrada com a pergunta. Agora sobre temas das palestras eram raríssimas! As situações em que tivemos a ponto de contar até 10 antes de soltar alguma resposta mais áspera foram várias. O medo de que coisas saíssem fora de controle era enorme.

O ÚLTIMO RESPIRO

Na última semana de junho, foi dada a largada para as inscrições das oficinas, inscrições de lojas para o bazar, últimos contratos e encomendas. A sinalização começou a ser impressa em julho e os jornais já anunciavam que algo estava por vir na terceira semana do mês. Acompanhe nas próximas páginas a mobilização das últimas semanas. A largada foi dada!

O QUE NINGUÉM VIU!

Tudo que nós não gostaríamos de que você tivesse visto...

O SISTEMA DAS OFICINAS

Faltava menos de um mês para o N começar e, apesar da relativa facilidade em programar um sistema que inscrevesse os participantes automaticamente nas oficinas, não foi possível fazê-lo em tempo. Pela falta de conhecimento avançado em programação e dinheiro, a nossa única saída foi fazer com que alguém da CONDE monitorasse as inscrições para as oficinas, respondendo às mensagens e fechando as vagas das que já tinham esgotado sua capacidade de alunos.

Quando um participante escolhia sua oficina e preenchia o formulário, recebíamos uma mensagem por e-mail. Imediatamente era preciso abrir este e-mail e verificar manualmente se havia vagas na tal oficina. Se a resposta fosse negativa, enviávamos a mensagem *"Desculpa! Vagas esgotadas! Tente outra!"*. Mas o que ninguém compreendia era como isso acontecia enquanto, ao mesmo tempo, o site acusava a existência de vagas. Isso sem falar quando alguém resolvia se inscrever em TODAS as oficinas!

UM CARTAZ

Ao ver o cartaz, dá para imaginar o trabalho que deu para fazer. Mas para quem viveu a história sabe que as complicações foram além do esperado. Só para conseguir a fotografia, foram quatro baterias de fotos. Na primeira vez, o filme todo queimou! Na segunda,

MAIS GENTE NA CONSTRUÇÃO

Apesar de toda a dedicação, ninguém poderia fazer este encontro sozinho...

Como as reuniões que muitas pessoas realizaram em suas faculdades para motivá-los a atravessar o Brasil, a nossa foi mais ou menos parecida, mas a intenção era animar todos a recebê-los.

Uma mega-reunião com os alunos do Desenho Industrial da UFSM, que mais parecia uma conclamação de voluntários para uma guerra, foi feita com o objetivo de apresentar o NDesign: o tema, a história do N e que tipo de ajuda precisaríamos - antes e principalmente durante o evento. Ao todo, entre as pessoas envolvidas do nosso curso foram "alistados" 33 apoios e 36 anjos - sendo que destes, 4 corajosos resolveram acumular as duas funções.

Aos apoios, o negócio era esperar. Isso porque, no começo do ano, o trabalho todo era concentrado na CONDE - providências que já estavam sendo tomadas desde o início do ano. Mas à medida que 18 de julho se aproximava, apareciam os trabalhos. Pinturas, recortes, cabeiros, instruções para o manuseio do projetor, monitorias para as oficinas.

TRABALHO E MAIS TRABALHO!

Na página ao lado, um dos inúmeros esboços da programação do evento e, é claro, os mecanismos de pressão para que as coisas saíssem no prazo combinado.

Na foto acima, Juliana, na sala da CONDE, cortando projetos de patrocínio.

5 DICAS DA CONDE SANTA MARIA

- Negociações financeiras da CONDE precisam ser realizadas por uma pessoa jurídica,
- Manter sempre contato com representantes de faculdades e delegações
- Começar a delegar funções desde o início para que mais pessoas se envolvam com o N Design na sua faculdade,
- Ter a previsão de custos do evento rapidamente, para que, na hora de solicitar apoios e patrocínios, saiber exatamente o que pedir,
- Não ter só o plano B, mas o C, o D..

nenhuma ficou boa o suficiente. Já na terceira tentativa, tiraram várias fotos: metade queimou e a outra metade não prestou para nada. Difícil? Só conseguimos na quarta tentativa e, mesmo assim, com sacrifício.

Desde a primeira tentativa, estávamos usando os lambe-lambes feitos com serigrafia sobre um papel que encontramos no estoque da gráfica. Mas com tantas tentativas frustradas, os cartazes foram sendo gastos e logo no outro dia já tinham colado outra coisa por cima, sem chance de utilizar. Então a derradeira foto do cartaz teve que ser feita com o último exemplar do lambe-lambe no papel "especial". O problema é que ele tinha sido cortado ao meio para alguma outra coisa e, na hora da produção, tivemos que colar uma metade encostada na outra – imperceptíveis graças ao Photoshop!

40 CENTÍMETROS

É a largura média do glúteo de um ser humano adulto. O que isso tem a ver com o N Design? É que precisávamos medir a capacidade do primeiro local onde realizaríamos as palestras noturnas. Mas o número de participantes ultrapassou essa marca prevista e como a primeira opção tinha capacidade para apenas 800 pessoas (ou glúteos, se preferir), o local foi descartado.

PEREGRINAÇÃO PELO ARROZ E FEIJÃO

Quase não funcionou RU durante o N. Apesar de o pacote com as cinco refeições estar sendo vendido, devido à greve dos servidores da Universidade, o RU não poderia abrir durante o N Design. E expliquem como iríamos dar essa notícia terrível para todos vocês? Isso tirou o nosso sono por mais de 2 semanas!

7 dias para o N

Como quem se preparava para uma batalha, a semana antes reservou muita tensão e correria. Acompanhe os principais momentos que antecederam o grande dia.

É difícil descrever em palavras o clima da semana que antecedeu o N. Mas já que ainda não tocamos neste assunto, vamos falar do tempo. Fazia muito frio naquela noite do dia 9 de julho, o dia em que o 14º N Design foi oficialmente lançado. A solenidade aconteceu no prédio da Reitoria da UFSM: autoridades, imprensa, patrocinadores, apoiadores e, é claro, os alunos do Curso de Desenho Industrial. A previsão do tempo afirmava que haveria geada severa em muitos locais do Rio Grande do Sul mas, após terça-feira, a temperatura subiria rapidamente o que provocaria chuva no decorrer da semana. Que chovesse todos os milímetros do mês de julho naquela semana antes do N! - o que não poderia acontecer era tempo ruim durante o evento.

SEGUNDA-FEIRA, 12 DE JULHO

um, dois, três, já!

Prazo final para o envio dos materiais à gráfica. Na manhã de segunda, o manual de sobrevivência estava sendo arte-finalizado para ser encaminhado. Em outro canto da cidade, passagens aéreas sendo compradas e o plano de chegada de 90 pessoas, entre palestrantes e oficineiros, sendo traçado. Uma escala complexa: quem busca quem, quando, onde, com que meio de transporte, quantas horas de translado, hora prevista de chegada, almoço, jantar, hotel. Interurbanos, muitos interurbanos para confirmação da viagem. Para completar a maratona infernal, reuniões até 11 horas da noite para o planejamento do primeiro dia do N.

TERÇA-FEIRA, 13 DE JULHO

umidade

Os meteorologistas estavam certos. E, com a temperatura elevada, veio a umidade. Justo quando estava prevista a instalação da sinalização interna do evento, feita de papel. Um desastre à espera! Com a ausência de um plano B, restava torcer para que o frio voltasse e acabasse de vez com aquilo. Enquanto isso, nos corredores do CAL, os alunos retocavam as pinturas das paredes, mas chegava a um ponto em que a água, que vertia das paredes, impediu a continuação dos trabalhos...a alternativa era tentar recuperar o que já havia sido pintado e limpar tudo. Além disso, uma linha de produção de placas foi montada na sala do Laboratório de Design Gráfico – durante o N, mais conhecida como a sala de imprensa.

QUARTA-FEIRA, 14 DE JULHO

haja fôlego!

Com a programação já finalizada, era hora de fazer um grande mural com todos os detalhes. À noite, mais reunião e a mesma pauta: o credenciamento. A essa altura do campeonato, as cuias – que serviram como um presente da CONDE para as delegações – começaram a ser curtidas e os certificados já estavam todos prontos.

QUINTA-FEIRA, 15 DE JULHO

silêncio de vozes

Mais pessoas ocupam os corredores do CAL, correndo de um lado para outro, pouca conversa e muito trabalho. Esse é o som dos dias antes de todos chegarem: poucas vozes e muito barulho de marteladas, uma espera angustiante. À noite, mais uma reunião – daquelas, intermináveis – e o desespero se tornava cada vez mais visível.

NOTÍCIAS DO FRONT

SEXTA-FEIRA, 16 DE JULHO

uma nuvem negra pairava sobre todas as cabeças

A sala de imprensa finalmente foi montada e, graças à criatividade dos apoios, ganhou um visual todo especial! Cadeiras, mesas, divisórias, tudo devidamente configurado com a marca do design emergente.

À noite, o grande momento: a reunião com todos os anjos e apoios para as últimas coordenadas antes da chegada. Tensão: era claro nos rostos da CONDE o cansaço. A única e constante preocupação era reservada aos problemas de última hora. Mas ainda faltavam informações, escalas dos apoios que necessitavam ser finalizadas, tarefas, responsabilidades que, mais cedo ou mais tarde, deveriam ser delegadas.

SÁBADO, 17 DE JULHO

uma invasão em poucas horas

Os últimos dias de preparativos foram exaustivos. Mais algumas noites em claro, e quando se dormia, já era hora de voltar para o Campus. Os kits deveriam ser montados naquele dia e rapidamente, para não acontecerem imprevistos. Às 8h da manhã as caixas amarelas finalmente chegaram. Era hora de estruturar uma linha de montagem. Apoios distribuídos pelas mesas, cada um colocava um item: impressos gerais, camiseta, revista, mapa do campus, programação, entre outros, e, para alegria dos participantes, um cachecol. Em um total de 3 horas, entre 1800-2000 kits foram montados.

Os crachás, já devidamente impressos, foram catalogados em ordem alfabética e, no verso de alguns, colado uma outra etiqueta, com o nome da oficina. Todos foram minuciosamente analisados, um por um, para confirmar se o seu dono estava ou não inscrito na oficina. E só o trabalho de colocá-los em ordem... nossa, que trabalheira!

O lugar da bagunça tinha um nome: Almoxarifado. Era lá, naquela pequena sala, que estava a solução de quase todos os problemas de infra-estrutura da CONDE – antes, durante e depois do evento. Para organizar tudo aquilo em pouquíssimo tempo, foi preciso muito empenho da equipe responsável, que fez daquele local, um ponto de encontro e um dos termômetros da organização.

Uma semana antes do N, pousaram em Porto Alegre, em meio a um frio assustador, dois paulistas com muita disposição para trabalhar e malas carregadíssimas – em parte, graças aos habitantes locais que trataram de amedrontrá-los. Em Santa Maria, a CONDE chega aos poucos e logo o assunto já é o N e tudo o que ainda deve ser feito durante a semana.

A contagem regressiva começa a apertar. Cronogramas nas paredes. Reuniões e mais reuniões e muitos apoios trabalhando. O N começava a tomar figura rapidamente. Paredes e bancos são pintados, os últimos ainda recebem o grafite da marca do evento. Barulhos de martelo, as lonas começam a subir para a praça de alimentação e o design de galpão. O circo começa a ser armado. Para nosso espanto, os certificados já estavam prontos, assinados, carimbados, nomeados e sendo catalogados um por um no livro registro da faculdade. Inacreditável!

As discussões esquentavam à medida que o grande dia se aproximava, mas infelizmente a temperatura não acompanhava. Andaimes no meio das escadas, corre-corre. O clima era absurdamente contagiante. A cada reunião o encontro era repassado detalhe por detalhe, quer dizer, o primeiro dia dele apenas, o mais problemático da semana: o credenciamento. Com o tempo passando, não havia mais tempo para mais nada. O N começava!

Marina Chaccur
Designer, idealista e chocólatra. Foi capaz de transportar 8 pessoas dentro de um Clio pelas ruas de São Paulo e não perde uma edição do N Design desde 1999, quer dizer, não perdia, pois atualmente mora em Londres, mas mesmo assim tem gente que acredita que ela apareça em São Luís.

TODAS AS DIREÇÕES SE ENCONTRARAM AQUI

Da primeira à última delegação a chegar, todos sabiam que uma aventura estava à espera.

Era preciso se preparar para novas pessoas, novos lugares, novas idéias. Aos que aguardavam, era certo que o próprio território não seria mais o mesmo. Personagens diferentes na paisagem da cidade, todas as direções e sotaques se encontraram em Santa Maria. Expectativas diversas mas, no fundo, quase todas as mesmas. Por uma semana, a insuportável mesmice do mundo daria lugar à novidade.

O primeiro dia foi para apresentações: o campus da UFSM, a temperatura, os rostos de tantos lugares. Sentindo frio, valia de tudo ao descer do ônibus: cachecóis, toucas, luvas ou até mesmo cobertores enrolados nas pernas. Surpreendendo muitos e agradando a poucos, a baixa temperatura serviu como incentivo para a aproximação dos participantes, seja pela troca de experiências ou pela degustação da bebida mais característica da região: o famoso chimarrão.

Na chegada, cada delegação recebia dos anjos um kit contendo uma cuia, uma bomba e um pequeno pacote de erva-mate. Uma amostra, mas quem resolvesse adotar a bebida para ajudar a espantar o frio, tinha à disposição um estande para degustação e distribuição de erva-mate e água quente.

UM GESTO DE BOAS-VINDAS

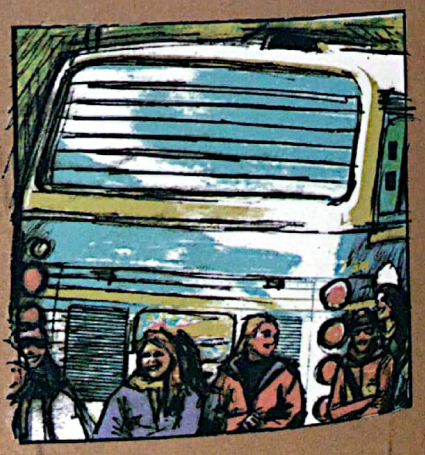
Enquanto o credenciamento acontecia, durante a tarde, foi realizada a abertura oficial do Design de Galpão, um ambiente informal e descontraído para a união entre design, cultura regional e debate. Com muito bom humor, os designers gráficos Mario Lúcio Bonotto (Máucio) e Gibran Carrazzoni Silveira, além dos cartunistas gaúchos Bier, Byrata e Santiago, apresentaram aos participantes um pouco da história da formação do Rio Grande do Sul e por que o chimarrão se tornou uma bebida tão popular no estado.

Ato de confiança e gesto de boas-vindas, Santiago comparou esta bebida selvagem ao cachimbo da paz, uma bebida que une as pessoas: "quando chega alguém à casa do gaúcho, ele oferece o chimarrão". A declaração de que a bebida ainda cura ressaca de forma mais eficiente que um tal refrigerante tirou risos e aplausos da platéia, que se aglomerava frente ao palco improvisado onde os próprios debatedores apreciavam um mate. O ponto alto da apresentação foi quando os cartunistas Bier e Santiago fizeram uma "trova visual" dos diversos formatos, histórias e usos das cuias.

O RITO DA CHEGADA

O movimento foi intenso para os anjos no primeiro dia do N

A comunicação entre o anjo e sua delegação acontecia assim que o representante entrava em contato com a CONDE solicitando apoio. Era repassado um anjo que iria auxiliar os participantes indicando locais de hospedagem, alimentação e dicas da cidade. Desde o começo, parecia uma coisa leve. Meses antes, hotéis e alojamentos da cidade já estavam praticamente lotados. Os anjos das delegações encontraram dificuldades em encontrar lugar para todo mundo. Acompanhe a movimentação desses personagens do N Design no primeiro dia do Encontro.



CHEGADA DAS DELEGAÇÕES
O anjo deveria ficar aguardando sua delegação na entrada do CAL. As delegações tinham horários distintos de chegada e normalmente o anjo já sabia mais ou menos quando chegariam.

"EU QUERO UM CHIMA-CHIMA-CHIMARRÃO"

Da chegada até o último dia, a bebida fez parte do dia-a-dia dos participantes.

Nas fotos acima, momentos da chegada: credenciamento, recepção para alojamento no Campus, a inconfundível caixa amarela e a movimentação no CAL.

CUIA DE PRESENTE

Na chegada, cada delegação recebia de seu anjo um kit contendo uma cuia, uma bomba e um pequeno pacote de erva-mate.

CREDENCIAMENTO

Os participantes faziam o seu credenciamento. Cada participante se dirigia à sala correspondente à letra inicial de seu primeiro nome e lá retirava seu kit. A fila demorava cerca de 5 minutos!

DAR INFORMAÇÕES

Depois de credenciados, os anjos estariam à disposição para responder as dúvidas dos participantes.

SANTA MARIA, 12ºC

Para os já habituados com as baixas temperaturas não havia grandes problemas, até porque o sol colaborava para amenizar o frio. Mas o que realmente chamava atenção era para o colorido das roupas e as maneiras inusitadas como o pessoal buscava escapar do frio. Da pinga com mel até o "calor humano" passando pelo cobertor de orelha, cada um já tratava de arrumar um jeito de se esquentar!

POVARÉU DESIGNERS

A primeira delegação a chegar foi a de Florianópolis que já aguardava pelo credenciamento cedinho, às 6h30min da manhã. Os meios de transporte da peregrinação até o "sul do mundo" foram diversificados: ônibus, avião, carro e até bicicleta! Por ironia do destino, as três delegações que chegaram atrasadas – leia-se, depois do término do credenciamento – foram justamente as três supostas candidatas ao 15º N Design: Birigui, Brasília e São Luís. Embora, ao longo do evento, Brasília não oficializasse sua candidatura para esse N. É... igualdade de condições até nas adversidades!

Pela cidade, era impossível não notar. A pacata Santa Maria foi tomada por estudantes de Design de todos os cantos do país, e até de fora! Pelo cachecol com a marca do N, pelos sotaques, pelos pedidos estranhos aos atendentes das lanchonetes... dava para perceber que pessoas de fora – de muito longe, inclusive, estavam circulando por aqui. Gente de Anápolis-GO, Aparecida-SP, Aracaju-SE, Araçatuba-SP, Balneário Camboriú-SC, Bauru-SP, Belém-PA, Belo Horizonte-MG, Birigui-SP, Blumenau-SC, Brasília-DF, Campina Grande-PB, Campinas-SP, Canoas-RS, Caxias do Sul-RS, Chapecó-SC, Cianorte-PR, Curitiba-PR, Florianópolis-SC, Goiânia-GO, Ijuí-RS, Joinville-SC, Londrina-PR, Lorena-SP, Manaus-AM, Maringá-PR, Novo Hamburgo-RS, Osasco-SP, Passo Fundo-RS, Pelotas-RS, Porto Alegre-RS, Recife-PE, Rio de Janeiro-RJ, Rio Grande-RS, Salvador-BA, Santa Maria-RS (é claro!), São José dos Campos-SP, São Luís-MA, São Paulo-SP, Taubaté-SP e muito mais! Ufa! De fora, teve gente de Buenos Aires, La Plata e Mendoza.

FESTA NOSTALGIA

Para começar o 14º N Design em grande estilo, nada melhor que uma festa anos 80. Mais de 1800 pessoas entraram no clima do "ilari-ilari-ê" e dançaram com uma seleção supimpa de clássicos da infância anos 80. Balões-surpresa, pipoca-doce, pirulitos, línguas-de-sogra, vinis, fantasias nostálgicas e para completar o filme "De Volta para o Futuro" no telão. Teve gente que encarnou a "década perdida" e apareceu em memoráveis fantasias: das Paquitas e Pac-Man até o Vingador (do histórico Caverna do Dragão). Foi ou não foi uma das melhores festas da sua vida?

VIAGEM AO "SUL DO MUNDO"
Momentos da viagem dos guris até Santa Maria

TOP-5
Para o Dj da festa, Mario Cardoso, estas são as cinco músicas inesquecíveis:

1 - Lua de Cristal
Xuxa e Paquitas
2 - Thundercats
Trem da alegria
3 - Kenny Loggins
Footloose
4 - Ska
Paralamas do Sucesso
5 - Legal Tender
The B-52's

"EU NÃO QUERIA IR DE ÔNIBUS"

Quem diria que uma simples frase em meio, ou ao fim (não me lembro ao certo), de umas cachaças se tornaria numa certeza. Dessas certezas que contém partida e chegada. Foi assim que nós (Gilson, Baiano e Galego) decidimos ir para o 14o N Design de bicicleta. O caminho não foi decidido no meio (ou ao fim) dessa bebedeira, mas o ponto de partida e o de chegada já estavam prontos, iríamos pedalar de Florianópolis, a Santa Maria, Rio Grande do Sul.

No primeiro dia foram pedalados apenas 30 km, dos 650 km totais. Seiscentos e cinqüenta quilômetros porque partimos de Araranguá. Loucos, mas loucos racionais, já que o trecho Florianópolis – Criciúma da BR 101 (para muitos Brioi) não é brincadeira para estudantes de Design. Durante nesses primeiros 30 quilômetros percebemos o nosso maior acerto da viagem, o de não ter treinado. Neste momento nossas pernas, nádegas (pra não dizer bunda) e pulsos já estavam começando a doer. A nossa pouca, digamos... eficiência, do primeiro dia foi percebida logo, já que nem tínhamos chegado na fronteira com o Rio Grande do Sul, quando a noite chegou. O que não queríamos fazer (nos planos informais) passou a ser uma obrigação, pedalar durante a noite, do contrário, não chegaríamos a tempo no N. Nada que a colaboração de um caminhoneiro não resolvesse. Apesar da insistência do Baiano, não pegamos carona, apenas retiramos uns sinalizadores do pára-choque de Mercedão 1113. Com os sinalizadores colados nas bicicletas seguimos a viagem, sempre motivados pelas palavras do Baiano. "Vamos... Vamos... Vamos pegar um ônibus".

Já em terras gaúchas, depois dos intermináveis 30 km rodados, paramos em Torres. Foi só comer um super baguete, para depois procurar um local (de graça) para armar acampamento. Quando fomos finalmente colocar a cabeça no travesseiro, ou melhor, em algo não muito próximo disso, descobrimos um segundo problema. O Baiano, com seus 2 metros de altura (neste caso de "deitura"), impossibilitava o fechamento da barraca. Ruim para nós, pior para ele, já que teria que sentir (na ponta dos dedos dos pés) o inverno do estado mais ao sul do Brasil, logo ele, acostumado com os amenos (pra não dizer inexistentes) invernos baianos.

Gilson, Baiano e Galego estudam na UDESC e ao que se tem notícia, eles voltaram para casa de ônibus.

UMA NOVA REPÚBLICA

O segundo dia do N começou com a apresentação do tema da repentina.

República (do latim "bem comum"), além de denominar uma forma de governo, é o nome do livro de Platão que apresenta uma comunidade ideal governada por filósofos. Mas e se, ao invés de livres-pensadores, existisse um lugar governado por designers, como ele pareceria? Quais seriam suas diretrizes de governo? Como, afinal, o design poderia fazer o bem para a sociedade? Essas e outras perguntas nos motivaram a adotar este tema para a Repentina do 14º N Design.

Atividade tradicional do N Design, a Repentina consiste na realização de um trabalho projetual coletivo e rápido. Para garantir a integração dos participantes, objetivo principal da Repentina, os crachás foram numerados aleatoriamente. Assim, a chance de alguém estar no grupo de algum conhecido era menor.

Às 9h da manhã, a CONDE anunciou o tema – que é surpresa e revelado só no início da atividade. No palco da praça de alimentação foi lido o Manifes-

to do Design Emergente e anunciado o cronograma daquele dia. Em clima de ano de eleições, cada grupo correspondia a um partido político que precisava preparar a sua campanha eleitoral para a presidência da "República do Design Emergente".

Cada grupo recebeu um kit com um material básico para dar início à sua campanha. Foram confeccionados santinhos, bandeirolas, adesivos, definida a plataforma de governo, feitas a caracterização do candidato, as pinturas nos rostos e os gritos de guerra. Uma novidade foi a produção de propaganda política em vídeo. Foram sorteados tempos para o programa de para cada partido. Alguns grupos criaram até um cenário para incrementar a sua campanha.

Ao cair da tarde, os partidos seguiram para o centro da cidade em ônibus cedidos pela organização para fazer o "corpo-a-corpo" entre a população de Santa Maria. Na Praça Saldanha Marinho – local do comício fictício – a banda Memphis estava à espera dos participantes com um show. A chuva leve atrasou um pouco as atividades na praça, mas não impediu que todos dessem o seu recado.

Antes do debate das ex-CONDES, foi exibido o programa eleitoral gratuito com os vídeos produzidos pelos partidos para a apresentação de suas propostas. De mascotes carismáticos à fundamentalistas do design, o combate aos micreiros, reconhecimento do design, regulamentação da profissão e sustentabilidade foram temas freqüentes.

E a pergunta que não quer calar: quem venceu a eleição? Pois então, apesar de avisarmos que uma urna seria colocada na sala de imprensa para a votação, esquecemos desse "pequeno" detalhe no outro dia. Isso porque eram tantos problemas e tanta coisa acontecendo... enfim, isso não é desculpa. Mas para remendar a falha, o FRUTA DO CONDE realizou uma enquete em maio de 2005 para a escolha do melhor e do pior da repentina. Não deu para passar a faixa ao grande vencedor – até porque foram várias categorias – mas o resultado não deixa de ser engraçado.

CANDIDATOS
Ao fundo, propostas de alguns dos partidos fictícios das eleições da República do Design Emergente.

UMA REPENTINA DE IDÉIAS

Como a CONDE chegou ao tema da Repentina 2004

Durante os meses de organização, muitas fichas caíram, aprendemos sobre design nas nossas conversas informais de bar (que depois deram origem ao Design Etílico). Avaliamos nossa atitude, as atitudes dos nossos professores e as atitudes dos profissionais que conhecíamos... Aprendemos em cada conversa motivada pelo fato de estarmos trazendo um N para nossa cidade. As diversas fases pelas quais passamos, as inúmeras discussões sobre o tema Design Emergente nos fizeram ver coisas que ainda não tínhamos visto.

A vontade de fazer as pessoas se darem conta de certas questões, da mesma forma que aconteceu conosco, nos seduzia. Já que tínhamos refletido tanto para fazer o N de certa forma coerente com o tema, queríamos que as pessoas também tivessem um contato mais íntimo com os próprios pensamentos e fossem convidadas a refletir antes de fazer; pensar sobre o tema, sobre o evento, sobre seus problemas, sobre suas atitudes, sobre todas as coisas que envolvem o universo do estudante de design. Mas como?

> Queríamos que as pessoas também tivessem um contato mais íntimo com os próprios pensamentos

Tínhamos uma idéia para a repentina, mas ainda não era como desejávamos. Sabíamos, na teoria, os requisitos que queríamos que a repentina cumprisse, mas ainda não sabíamos como conseguiríamos isso. Ficamos alguns meses no limbo. Talvez até estivéssemos exigindo demais dela. E aquele vácuo continuava. Foi então que, numa dessas nossas tardes de férias, em fevereiro, fazendo hora extra na sala da CONDE, surgiu, enfim, a idéia. Lembro que eu tinha ficado sozinho durante o almoço mandando e-mails para possíveis apoiadores e patrocinadores quando o pessoal voltou do restaurante e contou a idéia: "vamos fazer uma eleição, as pessoas terão que formar partidos, discutir a sua ideologia, propostas de governo, produzir material de campanha e depois ir para as ruas panfletar..." Estava feito. Aí estava o tema que procurávamos, e justo num ano eleitoral! Todas as outras idéias se tornaram pequenas perto dessa.

Fábio Dias
Pessimista por natureza, irônico por implicância e caxias por vontade própria, afinal... "tem tudo para dar errado, a gente que se mata para fazer tudo dar certo".

NA TRILHA DO PODER

Do anúncio da atividade ao comício, os candidatos e suas bases trilharam um longo caminho.

9h ANÚNCIO DA ATIVIDADE

Foi apresentado o tema e o Manifesto do Design Emergente. As regras das eleições fictícias foram anunciadas.

10h INÍCIO DOS TRABALHOS

Com o número do seu crachá, cada participante se dirigia ao monitor do seu grupo que segurava uma placa com o número do partido. Nas salas dos comitês eleitorais dos partidos aconteciam as discussões para a estruturação das propostas de cada grupo. Definição do nome do partido e candidato, além da redação dos objetivos e propostas de governo.

NAS ELEIÇÕES DA REPENTINA

Sei que vocês não devem se lembrar de absolutamente nada do que aconteceu durante a semana do N, além de alguns flashes desconexos envolvendo promiscuidade, bebedeiras e você vestido de Carmen Miranda acordando às cinco da tarde num beco escuro em algum lugar de Santa Maria (tá, essa parte talvez tenha sido só eu), mas se com alguns instantes de concentração, as memórias da repentina (foi lá no segundo dia, não tinha dado tempo pra destruição cerebral começar) talvez venham às suas mentes. Pois bem, o objetivo da repentina era que cada grupo organizasse um partido fictício, com um candidato fictício para governar um país fictício, a República do Design. O problema é que a eleição fictícia, que era a moral da coisa toda, ficou um tanto fictícia demais e nem chegou a acontecer. É aqui que entra a nossa equipe.

Sempre comprometido com a verdade, a moral e os bons costumes, o **FRUTA do Conde™** desencavou os vídeos da repentina que estavam escondidos em algum armário mofado nos subterrâneos do CAL (tentando abafar o caso, hein, conde?) e realizou a eleição na marra. Mas quando nós fomos ver os tais vídeos, chegamos à conclusão de que nenhum dos partidos estava à altura da República do Design, por ignorar totalmente em suas propagandas princípios básicos necessários á uma administração coerente com as necessidades dos designers do país, MULHERES PEITUDAS EM BIQUÍNIS SUMÁRIOS! Onde estavam elas? Depois ficam reclamando que os publicitários fazem o trabalho de vocês, eles sim sabem dar o verdadeiro valor a um belo par de peitos. Sendo assim, organizamos nossa própria eleição com, convenhamos, categorias muito mais divertidas.

E OS GANHADORES SÃO:

1. O PIOR NOME DE PARTIDO
Partido 6: UPPQRSD
35,16% (32 votos)
Nem o próprio candidato conseguiu decorar essa coisa. Só resta saber o que diabos significa esta sigla.

2. O OSCAR DE MELHOR ATOR/ATRIZ VAI PARA...
Partido 19: PUDIM
33,78% (25 votos)
Menina que não agüenta ouvir que um designer faz peças para carros.

3. FIGURINO MAIS CURIOSO
Partido 29 28,92% (24 votos)
Gravata borboleta do Pedro Beleza.

4. PIOR ROUPA AMARELA
Partido 21: DESPARTIDO
57,69% (45 votos)
Gêmeos siameses

5. PIOR FRASE DE EFEITO
Partido 29 25,58% (22 votos)
"Se o seu design anda meio quadrado...aumente a sua resolução"

6. OBJETO ERRADO NO LUGAR ERRADO
Partido 17 30,77% (24 votos)
Placa "Galvão filma nóis"

7. PIOR IDENTIDADE VISUAL QUE UM PARTIDO PODERIA ADOTAR
Partido 19: PUDIM
33,78% (25 votos)

8. CAMPANHA CONTRA O DESPERDÍCIO DE TEMPO EM UMA FITA, OU MELHORES CORTES
Partido 25 38,57% (27 votos)
"Pessoas falando o nome do partido no final"

9. MOMENTO SANDUÍCHE-ÍCHE
Partido 10 40,58% (28 votos)
"Sou da RGB... re...RGB Redesign Geral do Brasil"

10. MAIOR "OH, DÚVIDA CRUEL"
Partido 19 48,68% (37 votos)
Por que a candidata do PUDIM come um QUINDIM?

11. PIOR CONJUNTO DA OBRA?
Partido 20 :PEIDEI
39,19% (29 votos)

12. A PESSOA QUE CERTAMENTE PERGUNTOU: "O QUE ESTOU FAZENDO AQUI?"
Partido 5 30,00% (24 votos)
A esposa Rosa

13. A IDÉIA QUE TODO MUNDO ACHOU QUE ERA ORIGINAL MAS UM MONTE DE GENTE FEZ
Trocadilhos com o partido e suas variações
39,74% (31 votos)
Partido, inteiro, unidade, despartido

14. A PESSOA QUE MAIS VAI SE ARREPENDER DE TER PARTICIPADO DISSO
Partido 4: Ribeirinha
20,88% (19 votos)
Observem, senhoras e senhores, vocês estão presenciando o surgimento de cicatrizes emocionais que levarão milhares de horas de consultas psicológicas para serem curadas. Essa garota vai sofrer com a chacota, e toda vez que se lembrar desse momento vai se recolher à posição fetal e chorar convulsivamente. Só nos resta rezar para que, um dia, ela consiga se recuperar desse trauma. A política é uma coisa suja.

12h ANÚNCIO DAS CANDIDATURAS

No intervalo do almoço, os monitores dos grupos deveriam repassar ao TSE/CONDE uma cópia do material final produzido pela manhã. Os primeiros resultados e diretrizes eram divulgados nos murais do CAL e CCR.

14h O TRABALHO CONTINUA

Os participantes voltavam ao comitê eleitoral para a confecção do material de divulgação da campanha seguindo um cronograma paralelo. Os candidatos se dirigiam ao estúdio de TV para gravar o seu programa. Cada grupo tinha direito a apenas 5 minutos dentro do estúdio.

18h "VOTE EM MIM"

Após finalizados os trabalhos no campus, os partidos se dirigiam ao centro da cidade. Lá distribuíam seu material de campanha.

"UNIR RACIONALMENTE AS PESSOAS"

Em 1990 era um sonho reunir estudantes de design de todo o país

Na década de 90, para o embrionário movimento estudantil de design, era um sonho congregar tantas pessoas de tantos lugares do Brasil. Ken Fonseca e Naotake Fukushima, organizadores do 1º N Design, lembram que na época as coisas não eram nada fáceis já que não se tinha referência de encontros passados, mas o que os animava era a chance de ir além da sala de aula, a possibilidade de "unir racionalmente as pessoas' como firmou Naotake. Mediada pelo professor Ivens Fontoura – que, por sinal, vestia um moletom do 1º N Design – a discussão foi divida em três blocos, apresentando a trajetória do evento em ordem cronológica inversa.

O TRABALHO

Não era fácil em nenhuma época, mas notou-se nos depoimentos das CONDES mais recentes que o trabalho era muito pesado. Talvez porque as lembranças mais latentes ainda sejam as dificuldades, o que não atendeu às expectativas – por vezes altas demais – da organização. Teresa Lopes, CONDE 2001: "No começo parece que está tudo dando errado, mas só depois conseguimos ver as coisas". A busca de apoio financeiro para a realização do encontro é uma das principais preocupações na organização. Alexandre Toffani e Andréia Kulpas, organizadores do 12º N Design, contaram o que faziam para conseguir recursos: "Era quase tudo na base do escambo".

"FAZER UM EVENTO É UM PRIVILÉGIO!"

Apesar de todo o trabalho e da dor de cabeça, Carlos Hoelzel, da CONDE de 1992, salientou as conseqüências do encontro na faculdade que sedia o evento, como uma das coisas mais importantes do N: "O curso passa a ser visível. Ao mostrar o que fazemos, a cidade toda percebe. Fazer um evento é um privilégio!". Muitos ex-organizadores ainda ressaltaram a influência do N Design na sua formação profissional, da experiência de trabalhar em grupo e no amadurecimento das questões da atividade. Ricardo Notari, o Peixinho, da CONDE 1995 concluiu: "Cada N soma na sua vida".

O QUE FICOU?

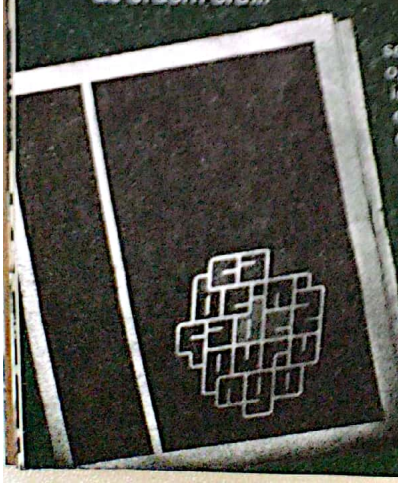
A nossa força, o que não existia era um espaço específico, aponta Naotake. Como bem lembrado por Crystian Cruz, CONDE 1998, o evento dá certo, o que ele não percebe no mercado profissional. Mas nem tudo são flores na trajetória do N Design, aponta Peixinho: "existia uma preocupação nos primeiros Ns com a geração de respostas. Hoje o social, o festivo passou a ter força".

Por fim, o questionamento: por que, depois de 14 edições, as discussões do N são quase sempre as mesmas? De que serviu discutir se não foi tirada nenhuma conclusão, ou se foram tiradas, por que elas não levaram a uma mudança no quadro do Design brasileiro?

Participantes do debate:
Naotake Fukushima e Ken Fonseca, Carlos Hoelzel e Antonio Endler, Ricardo Notari, Delano Rodrigues, Crystian Cruz, Teresa Lopes, Alexandre Toffani e Andréia Kulpas, Tereza Bettinardi, Ivens Fontoura.

BOEMIA DESIGN

Depois do primeiro debate da noite, a palavra de ordem era...



...beber. Apesar de estar sempre presente em todos os Ns, a atividade etílica foi institucionalizada por aqui e chamava-se Design Etílico. A idéia surgiu durante o processo de organização do evento, quando os membros da CONDE, após os árduos dias de trabalho, iam mesmo era esquecer um pouco a pressão nos bares da cidade. Muitas idéias sobre o N surgiram lá, em mesas de bar regadas a uma cerveja e aperitivos. E, se foi bacana para a gente, é claro que tinha chances de ser bom para mais gente, não é?

O Design Etílico acontecia no final da tarde e início da noite nos principais bares da cidade. Mas o primeiro dia reservou um acontecimento especial: no Coyote, um dos bares conveniados, aconteceu o lançamento da Cabeça de Purungo #2 – a Revista do Encontro de Estudantes de Design de Curitiba.

Rosana Van der Meer, da UFPR, uma das organizadoras do 6º Purungo, enfatiza a importância de se registrar os encontros, pois eles ajudam a perceber as modificações ao longo do tempo e principalmente não deixam a idéia acabar depois da semana em que ele aconteceu, além de ser um cartão de visita muito bacana para apresentar aos patrocinadores, para a próxima edição do evento. A revista, além de conter uma cobertura da 5ª edição do Purungo, contemplou depoimentos dos estudantes de Curitiba e participações de outros estudantes, que, mesmo sendo de outros estados, fizeram parte da trajetória do encontro.

A MARATONA COMEÇA

Acompanhe a saga do primeiro dia de "atividades fixas" e veja quem agüentou até o fim...

Na manhã de terça-feira, 20 de julho de 2004, às 8h30min, Rogério Lira, apoio responsável pelo controle do Almoxarifado da CONDE, tinha em mãos as fichas com os nomes das oficinas e seus respectivos monitores. No corredor do CAL, caixas com materiais foram enfileiradas e ouvia-se em alto e bom som Rogério ao megafone: - "Camila Balbé, Batalha de Percepções com Armando Fontes, Caixa 16" - e assim seguiu até o número 53, o total de oficinas.

Enquanto isso, no CCR, Flávia Weber, guardiã das chaves, abria as salas do prédio. Ao todo foram 19 salas abertas só naquele prédio. Já de cara, o primeiro susto: "onde estão os retro-projetores?" A freqüência do rádio da CONDE estava tumultuada, muitas vozes falando ao mesmo tempo e pouca gente se entendendo. Após uma série de corridas do CCR até o CAL, foi que se esclareceu que o equipamento – essencial em quase todas as oficinas – estava, na verdade, dentro do armário da sala correspondente. Resultado: depois de ter percorrido o prédio inteiro na peregrinação de abertura das salas, Flávia teve que refazer o caminho e avisar aos monitores sobre os projetores.

Estes são alguns exemplos de situações que aconteceram naquele dia. Muitos problemas, é verdade. Pessoas à procura de suas salas, apoios correndo atrás de computadores, de telas para projeção, estabilizadores, mouses. Na sala da CONDE, mais tumulto: oficineiros que solicitavam material extra na última hora, apresentações com versões incompatíveis com a configuração dos softwares e até aconteceu de ligar para a casa dos apoios das oficinas que não tinham aparecido... Como se isso não bastasse, ainda era preciso se preparar para o que viria à tarde: mais oficinas, palestras, vídeos, apresentações de trabalhos e o bazar.

Mas é bom lembrar que, apesar dos problemas e atrasos de algumas atividades, a terça-feira, o primeiro dia com programação "completa" do evento, reservou muita coisa bacana. A começar pelos dois primeiros debates da tarde que tiveram participação de alunos. Depois, as apresentações de trabalhos acadêmicos no "horário nobre" da tarde. Aconteciam simultaneamente nos três auditórios, sempre cheios. A proposta, que norteou quase toda a proposta de grade do evento, buscou contemplar a opinião dos estudantes também no plano visível, ou seja, contribuindo para o enriquecimento das idéias como um todo. O que se espera, é que iniciativas assim continuem aparecendo e sendo aprimoradas nos próximos encontros.

FORMAÇÃO DE LIDERANÇAS

Como se formam líderes e como estes podem contribuir para a modelação do desenho industrial? Essa foi a questão exposta por Luciane Padilha, que envolvia considerações sobre uma variedade de aspectos, partindo de uma abordagem ampla, com a definição e compreensão de liderança, para uma abordagem mais específica em relação às lideranças na própria atividade. "Liderança não tem nada a ver com a força, os verdadeiros líderes determinam escolhas, não pela violência ou coerção, mas pela própria escolha", afirma. Para Luciane, muitos líderes foram antes, excelentes seguidores: "a liderança não é política, mas pode acontecer também pela competência" e complementa: "não podemos pensar a liderança como alguém que vai dizer o que deve ser feito, todos podem liderar em determinado momento".

"Em qualquer associação ou grupo de pessoas, é preciso negociar e isso requer abrir mão de coisas, principalmente das mais particulares, e ceder a favor de outros" - assim começou Antonio Endler, que ainda enfatizou a formação individualista que recebemos na academia e o impacto quando chegamos ao mercado, onde a maioria dos projetos necessitam de cooperação e trabalho em equipe. Para ele, é preciso que os estudantes reclamem menos e comessem a propor soluções, já que o processo de formação de líderes muitas vezes é.

Ricardo Notari, o Peixinho, iniciou contando a sua trajetória dentro do CONE Design e apontou que, apesar do desenvolvimento do N Design, a quantidade de lideranças vindas deste processo é ainda pequena. Mais do que divulgar o que é design para a sociedade, é preciso construir um discurso coerente, ter uma postura profissional ética.

Ao representar o ponto de vista de um estudante, Lorenzo Andreola partiu de sua própria experiência para abordar o tema. Segundo ele, a liderança é um assunto que demanda grande responsabilidade – pelo que fizemos ou pretendemos fazer – pois é preciso "representar interesses gerais e, ao mesmo tempo, tentar seguir uma tendência particular, segundo idéias particulares, convicções políticas e sociais".

Para ele, a própria atividade do design também se define assim: influenciar pessoas, dentro de uma área estratégica que visa a projetos que irão interferir em hábitos de consumo das pessoas. Questões que o levaram a questionar no debate se a liderança é sempre positiva, devido ao grau de interferência que isso faz aos outros, podendo alterar os rumos de uma geração inteira: "precisamos de que alguém nos diga o que fazer? Qual é o papel de um líder no desenho industrial? Quem vai nos dizer como as coisas devem ser feitas?", resume.

O DESIGN EMERGENTE EM DOIS TEMPOS: Na foto acima: Luciane Padilha, Ricardo Notari, Marina Chaccur, Antonio Endler e Lorenzo Andreola no debate sobre formação de lideranças.

Ao lado: Gustavo e Iraldo em "Um outro design é possível"

O DESIGN QUE NÃO ACABA

Depois das discussões da primeira hora da tarde, mais design na pauta.

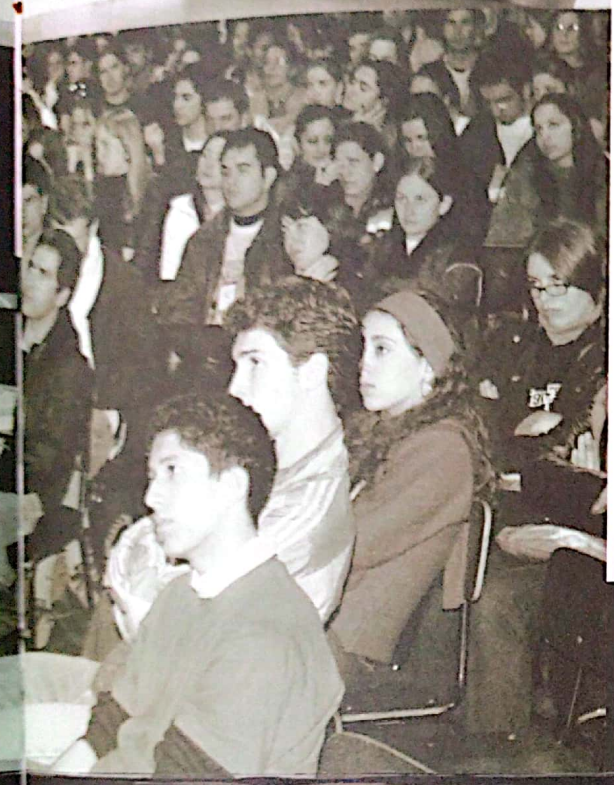
TIPOGRAFIA NO BRASIL

Crystian Cruz expôs o panorama atual da tipografia no Brasil, na palestra que aconteceu no Auditório do Prédio 18. Publicação de artigos, livros, revistas, promoção de eventos, exposições e o surgimento de diversas type foundries por todo o país. Depois de discorrer sobre o atual paradigma da tipografia no Brasil, Crystian apresentou algumas reflexões a respeito do desenho e aplicação dos tipos e detalhou o seu projeto pessoal da fonte Brasileiro, baseada na escrita vernacular de placas que contou por uma pesquisa intensa.

MAIS PRODUTOS, MAIS QUALIDADE DE VIDA?

Talvez não. Até porque "mais produtos significam mais produtos que você não vai saber mexer, mais manuais de instruções e papéis de garantia que você vai perder, demanda de mais lugares na casa para guardar estes produtos e mais coisas para carregar na mudança", expõe Flávio di Sarno, o Barão - "é um conceito discutível, às vezes não está melhorando nada", analisa.

A palestra do grupo Nó Design, formado pelos designers Marcio Giannelli, Leonardo Massarelli e Flávio Di Sarno não foi uma simples mostra de trabalhos, pelo contrário, estes serviam, na verdade, para exemplificar as idéias do grupo. Desde que saíram da faculdade, eles perceberam que muitas teses inquestionáveis caíram por terra e se modificaram. "Muitos são os dogmas do design, que nem são falados na faculdade, mas no contexto pós-faculdade é que muitas coisas talvez sejam diferentes", aponta Barão. Entre elas, está a chamada "ditadura do criativo" que, segundo Barão, não respeita o passado e exige que se faça ao contrário, começando tudo do zero, que se faça diferente sempre. Essa ideologia, a serviço do ego e do consumis-



UM OUTRO DESIGN É POSSÍVEL

Durante a tarde, aconteceu no Anfiteatro Caixa Preta a apresentação dos estudantes de design da UDESC Gustavo Brum e Iraldo Matias com "Um outro design é possível". Embora a maior parte dos livros usados pela academia afirme que o design esteve intimamente ligado à necessidade da indústria alemã de se reconstruir após a guerra, Gustavo e Iraldo apresentaram a origem do design como algo muito mais complexo. Ficou claro que é preciso rever a história do design sob um novo enfoque, questionar questões que se apresentam como "naturais" ou verdades absolutas e entender os princípios que orientam a atividade, iniciando pela sua trajetória histórica no mundo, marcada pela Bauhaus e seguida por Ulm e depois, no Brasil, pela ESDI.

Ao entender o design como manifestação cultural que intervém nas relações sociais, damo-nos conta de que a capacidade de materializar nossas idéias – ou seja, o ato de projetar – exige de nós enorme responsabilidade. Por fim, o último questionamento relaciona-se justamente com uma questão exposta pelo tema do encontro, o "design emergente": se muitos lamentam a falta de reconhecimento da atividade pela sociedade, é preciso enxergar a questão de maneira mais ampla. Afinal, se durante anos esta reivindicação fez parte das discussões dos designers brasileiros, por que na última década a oferta de escolas cresceu tanto?

OUTRO DESIGN
Um grande número de pessoas permaneceu até o fim da palestra de Iraldo e Gustavo no Anfiteatro Caixa Preta.

mo, na opinião do grupo, restringe as possibilidades da nossa profissão.

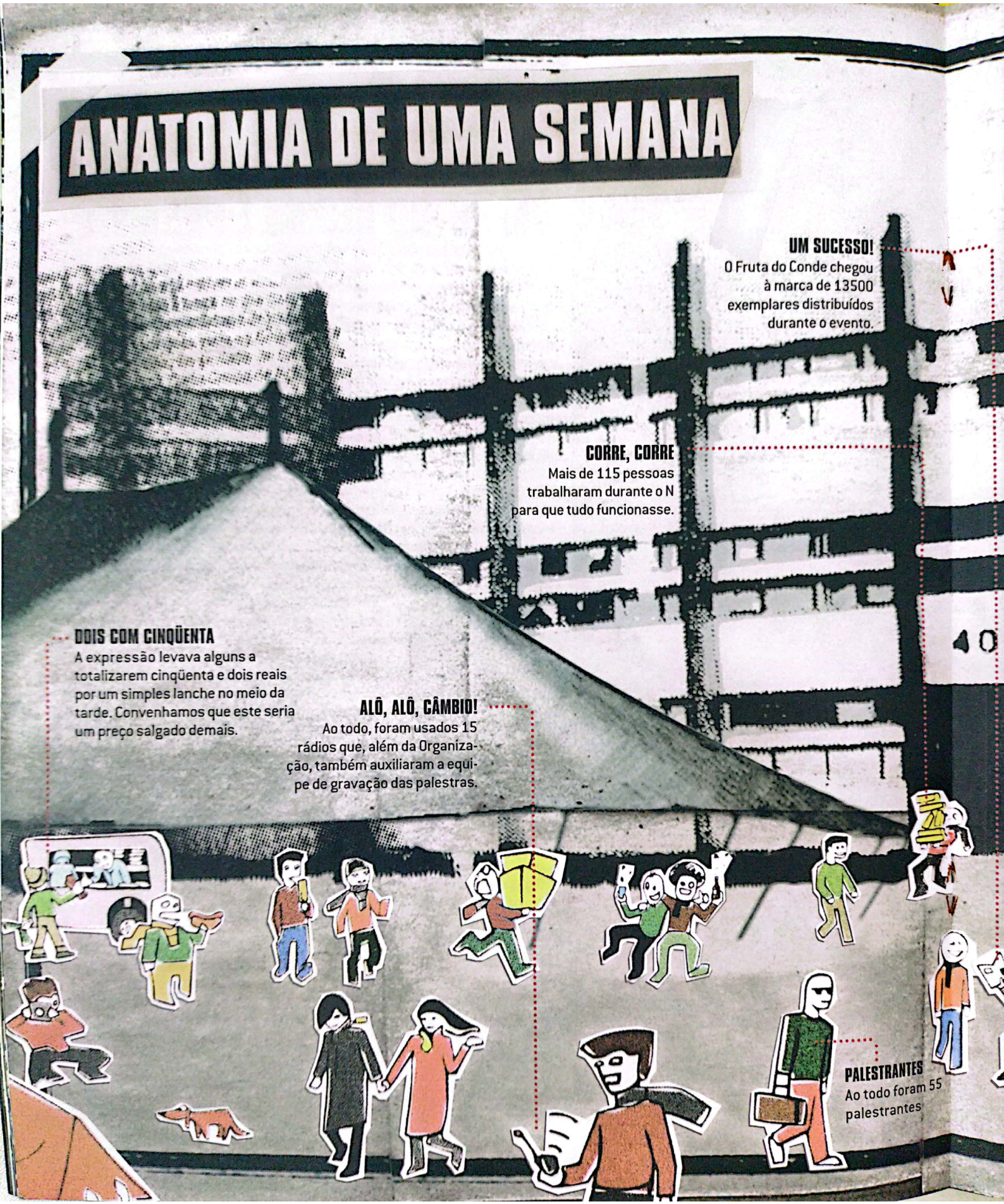
A solução encontrada pelo grupo foi conceber objetos multifuncionais que contribuem para redução do consumo, redução dos espaços e do desperdício. Os trabalhos do grupo são diversificados: frascos, eletroeletrônicos, embalagens, displays, pneu, bucha de banho. Para eles é preciso começar a desenhar a partir do uso e não pelo produto, pois do contrário a possibilidade de inovação do projeto fica limitada, "não podemos pensar no copo mas em algo que acondicione o líquido e seja adequado para beber" - exemplifica Barão.

CENTRO DE DESIGN DO PARANÁ

Como fazer com que as empresas pequenas se tornem mais competitivas através da intervenção do design? Acontecia no CCR a palestra sobre o Centro de Design do Paraná com Ken Fonseca. Em atividade desde 1999, esta Organização Não-Governamental vem trabalhando de forma totalmente independente. Diferente de um centro de design que fizesse design, o que se criou foi um empresa de consultora de design. A partir da demanda por design, só é aceito quem realmente está interessado. "Se atendermos os empresários que já entendem o que é design, já vamos ter um grande número de projetos", comenta Ken.

A apresentação teve muitos exemplos dos trabalhos executados via Centro, o que prova que existe uma demanda bem maior de design do que normalmente se imagina. O atendimento às empresas representa 90% do trabalho do Centro. As outras linhas de ação da organização são comunicação institucional, educação e formação, promoção do design e atendimentos especiais.

ANATOMIA DE UMA SEMANA



UM SUCESSO!
O Fruta do Conde chegou à marca de 13500 exemplares distribuídos durante o evento.

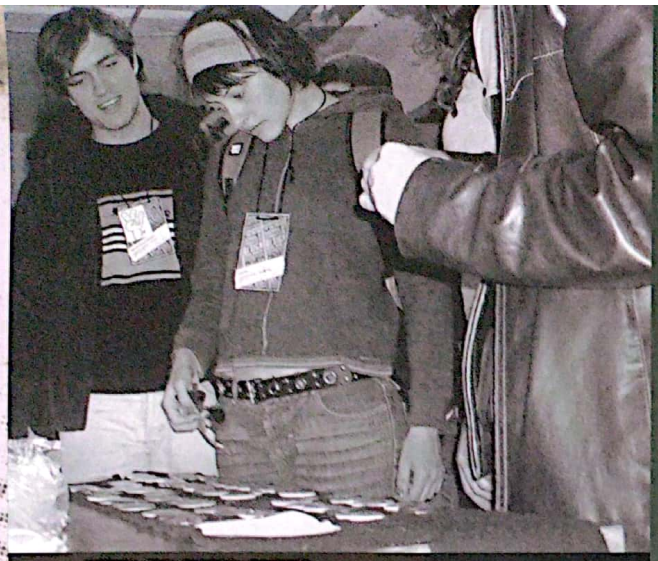
CORRE, CORRE
Mais de 115 pessoas trabalharam durante o N para que tudo funcionasse.

DOIS COM CINQÜENTA
A expressão levava alguns a totalizarem cinqüenta e dois reais por um simples lanche no meio da tarde. Convenhamos que este seria um preço salgado demais.

ALÔ, ALÔ, CÂMBIO!
Ao todo, foram usados 15 rádios que, além da Organização, também auxiliaram a equipe de gravação das palestras.

PALESTRANTES
Ao todo foram 55 palestrantes

BAZAR
O bazar do N abriu na terça-feira, no subsolo do CAL. Contava até com a presença de um dj para animar o espaço que foi pouco para tantas pessoas querendo vender o seu peixe!
40
SE A NOSSA VAN FALASSE...
Ao longo da semana foram 1090km rodados – só em Santa Maria - pela CONDE.



FESTA EM PLENA TARDE

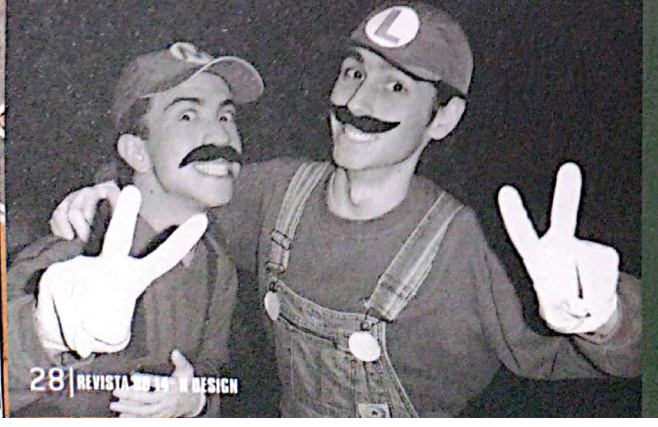
Pelo som alto que retumbava no hall do Centro de Artes de Letras (CAL), era de imaginar que realmente acontecia uma grande festa no subsolo do prédio. Não deixa de ser verdade. Era o bazar do N sendo inaugurado. Muita coisa bacana, idéias fervilhantes e gente lucrando muito com objetos de desejo (por que não?) dos futuros designers.

ACIDENTE TIPOGRÁFICO

Já diz o batido, porém sábio ditado que a pressa é inimiga da perfeição. Pois não demorou e a edição de terça-feira do informativo Fruta do Conde sofreu um acidente tipográfico! Foi a vez da Avant Garde dar as caras, para pânico de alguns. Mas Herb Lubalin, o criador da fonte "injustiçada" não se revirou da tumba por simples capricho "designístico", o problema é que algumas matérias infelizmente ficaram cortadas, dificultando a imprescindível leitura.

DUPLAS FANTÁSTICAS

Criatividade e senso de humor se juntaram e criaram figurinos inusitados. De personagens clássicos dos videogames à dobradinha Adobe Photoshop+Corel Draw, a festa também contou com gente que não se contentou em formar uma dupla e resolveu multiplicar a companhia...



"DE HARRY POTTER, JÁ TEMOS MUITO!"

À noite, Luiz Vidal Negreiros Gomes foi simples e direto: cabe a nós, tomar conhecimento e dividir as responsabilidades com os professores.

É fácil tecer críticas a respeito do ensino de design que recebemos. Mas se reclamarmos por reclamarmos, o fim desta história, todos já podemos prever. Diferente é quando, percebendo a dificuldade, assumimos parte da responsabilidade pela nossa formação e vamos em busca de conhecimento autônomo. Partindo dessa idéia, Luiz Vidal Negreiros Gomes começou sua apresentação: "o conhecimento de design já está disponível e eu não posso ficar esperando que me digam o que eu tenho que fazer", expõe. Para ele, a divisão desta responsabilidade não se dá apenas em termos de conhecimento, mas se estende em termos de motivação para formar um núcleo profissional coeso.

No começo, ele confessou que iria fazer uma apresentação mais lúdica... mas, ao final, resolveu revisar o que já fora dito sobre ensino de desenho industrial, justificando: "De Harry Potter, já temos muito!". E foi assim, partido de estudos da década de 60 e comparando-os ao perfil profissional necessário atualmente, percebemos que alguns aspectos – essenciais para a nossa formação – estão sendo deixados de lado. Poderíamos achar culpados, mas a verdade é que, ao constatarmos que as coisas andam mal e não fazemos nada, somos co-responsáveis também, "os estudantes passam a se sentir mais seguros com as informações que trazem de casa a que encontram nos seus professores. Isso reflete no mercado profissional mais adiante, porque o primeiro passo é o desrespeito com aqueles que foram seus mestres".

Vencer o medo, quebrar paradigmas. É preciso que se atente para a importância que se desenhe algo que entre no sentido e simbolismo de uma cultura ou época. Mas sem conhecimento, é impossível compreender. "Os estudantes têm analisado os produtos industriais quase sem parâmetros", expõe, "os cursos de design estão indo para um caminho de análise artística, analisa o projeto como se fosse uma obra de arte. A nossa atividade tem que ter parâmetros de avaliação". É o que ele chama de "manipulação pela ignorância", coisa que não é novidade entre nós, "sem conhecimento, não tem vontade própria, você vai para onde a maré for" e observa: "um simples elemento da cultura material pode alterar o comportamento do indivíduo como também as suas idéias".

A exposição de quase uma hora, para quem venceu o cansaço do primeiro dia da maratona, teve o efeito de um tijolaço. Foi im-

possível ficar indiferente. Ao final, Luiz Vidal ainda apresentou relatos de Rui Barbosa, há mais de 120 anos, atentando sobre a importância do ensino do desenho industrial, "preocupamo-nos em abrir a pós-graduação, mas nos esquecemos de informar o consumidor, informar a população geral, que é o grande alerta dos políticos brasileiros no final do século 19, que, se nós não conseguíssemos formar uma população conhecedora de problemas de cultura material, nós não teríamos empregos aos profissionais de desenho industrial" – afirma. Surpreendente como, apesar disso, muita coisa tenha se perdido com o passar do tempo.

CONSTATAÇÃO

"Qualquer atividade profissional que se valha apenas da técnica, não tem ética suficiente para se sustentar no mercado. Isso é uma das coisas que nós mais temos que alertar porque a nossa atividade profissional, por uma série de fatores, foi pulverizada e não está tendo o seu devido retorno com essa formação"

Luiz Vidal Negreiros Gomes.

"Se há uma disciplina que não está funcionando, vá à biblioteca, entre na Internet porque lá está a informação. Não espere que alguém lhe dê essa informação de lambuja. Ficar na posição cômoda de que algum mestre vai te ensinar alguma coisa, é muito passivo. A diferença entre aluno e estudante é muito significativa. Estudante sabe onde vai buscar o seu conhecimento, o aluno espera que o mestre diga o que ele tem que fazer."

"Essa coisa de entrar em concurso, é coisa de bingo! Porque vocês não podem estar sendo preparados, nos cursos, para entrar em concursos sem a devida preparação. Aí saem reportagens, em revistas, dizendo que dos concursos onde os estudantes mandam trabalhos, 80% são rejeitados na abertura do envelope. A analogia que eu faço é com aquele garoto, da África, que caiu na piscina e não sabia nadar os 100 metros e todo mundo começou a rir, mas e depois, tu tem que aplaudir de pena!"

"É bom lembrar que nós trabalhamos por necessidade. Se isso não for passado com veemência, a nossa motivação se torna confusa. Por que eu me baseio apenas na questão da motivação por desejo e não por necessidade! Qual é a necessidade do seu semelhante? Qual é a necessidade da sua população?"

"Nós, com a tendência da história da psicologia da percepção e da publicidade, sempre temos, paira no ar, aquela história de nós sermos meio brincalhões com o nosso usuário. Quando justamente nós estudamos para fazer o contrário do que os nossos sentidos não são capazes de captar! Porque você não pode estar brincando com o usuário!"

"Chega de nós apenas estarmos fazendo objetos complementares para qualquer área que seja! Nós temos um espaço e um ambiente de trabalho muito grande, que a indústria nacional tem negligenciado e nos deixaram à margem deste problema, por culpa, boa parte, também nossa. Mas esse problema teria que ser observado desta forma mais ampla. Alertar que os estudantes, os cursos de desenho industrial têm que estar alerta e com todos os seus sentidos atentos, não apenas o da visão."

CONSCIÊNCIA, MARCA E ATIVISMO

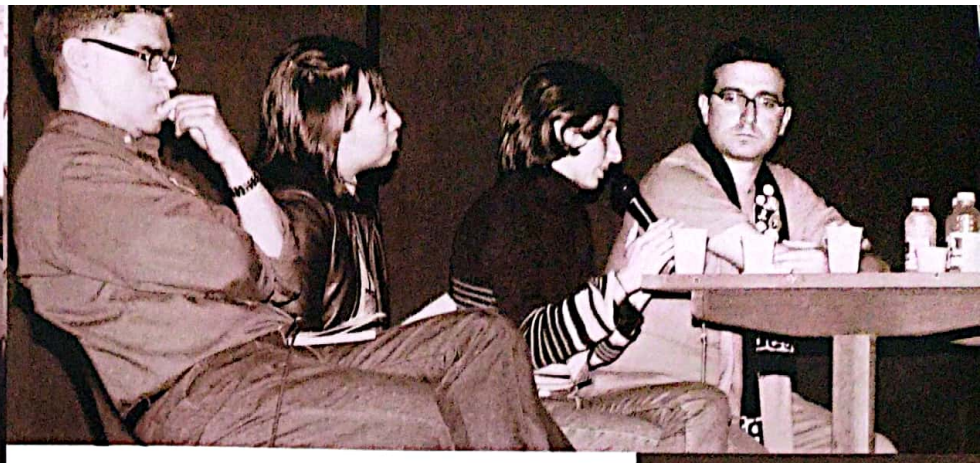
A irreverência, a ironia e o bom humor foram as "marcas registradas" da palestra de Elesbão e Haroldinho que contagiaram o público com uma mostra de seus trabalhos e experimentações feitas de marcas reconhecidas.

Há algum tempo, as empresas têm tido consciência cada vez maior do valor da imagem e da importância de como são percebidas pelo universo de interlocutores a que se dirigem. É impossível ignorar a onipresença das marcas no nosso dia-a-dia. Elas são hoje um dos elos com o resto dos habitantes do planeta, próximas de se tornarem uma espécie de linguagem internacional.

Aos poucos, as corporações estão se apropriando do nosso vocabulário de tal forma que passam a representar um segmento inteiro. Prova disso é a maneira como você se refere às lâminas de barbear, ao alvejante de roupas, à escova de aço... Mas existe gente remando contra a correnteza. Essas mesmas marcas são alvos de culture jammers que nada mais fazem do que mexer com as estruturas imaginárias e ideológicas na publicidade que assombra ininterruptamente nossos dias.

Mas é no mundo dominado pelas marcas registradas que muitos de nós vamos trilhar o nosso caminho profissional – claro, há outras opções, mas negá-lo, não resolve nada, como afirma Cláudio Reston, Haroldinho: "o design comercial é o que paga nossas contas, ele existe", entretanto, afirma: "o problema é quando você se esquece de outras coisas". Buscando não se acomodar, é que é preciso desenvolver este "outro lado", da produção experimental.

Para concluir, Elesbão e Haroldinho incentivaram o ativismo entre os profissionais da área, criticando a selvageria comercial. Mostraram que



NA PRIMEIRA HORA DA TARDE DESTA QUARTA

À esquerda: Elesbão e Haroldinho.

Acima, da esquerda para a direita: o professor de História da Moda João Braga, Jung Eun Ro (formada em Comunicação Visual e Design de Moda), a estudante de moda Thays Salva e o profissional especializado em identidade visual Guilherme Sebastiany

os designers são os construtores da realidade e por isso não devem se deter somente às ordens do mercado o qual não entende que o profissional é capaz de fazer várias coisas. Em suma, o célebre "penso, logo, existo" pode ser transcrito em "consciência, marca, ativismo" já que, em primeiro lugar, é preciso ter conhecimento da realidade do público e da função do design nesta sociedade, para só assim propor soluções, que sejam fundamentadas e possibilitem ir além de regras fechadas, achismos ou máximas intocáveis – tão comuns pelos lugares por onde passamos.

UM PALCO E HOLOFOTES PARA A MODA

A presença da moda no N Design vem crescendo: oficinas, algumas palestras, exposições, desfiles, aumento do número de participantes da área e a própria ligação de alguns estudantes de design gráfico na área – como deu para ver durante o Bazar no subsolo do CAL. Mas o aumento da participação não significa que a confusão "moda é design?" tenha acabado. A idéia de colocar mais fôlego para o esclarecimento da questão foi o que motivou a estudante Thays Salva a propor o debate sobre o assunto. A intenção era possibilitar uma reflexão sobre a função da moda, o esclarecimento de dúvidas e ampliação de conhecimentos para desvincular a moda como a simples exploração da roupa como um objeto de consumo, mas, sobretudo, como um elemento de comunicação de quem a usa.

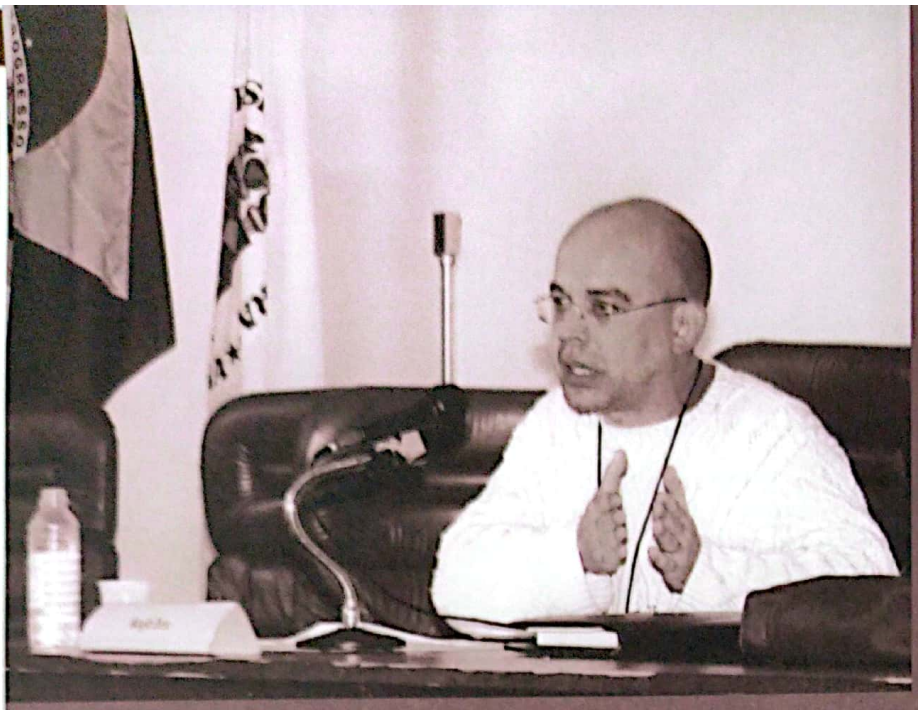
Para João Braga, a razão pela qual nós cobrimos o corpo vem antes da tentativa do homem de compor uma expressão da personalidade e construção da imagem. Seja por adorno, proteção ou pudor, as roupas sempre foram diferenciadores sociais. "O conceito de moda, como conhecemos hoje, de algo que dura por determinado tempo só veio em determinado momento histórico – final da Idade Média – e surgiu, sobretudo, dada a tendência da imitação que se tornava mais comum entre os emergentes que buscavam reconhecimento da nobreza", sintetiza Braga.

Esta diferenciação seria conhecida mais tarde pelo conceito de alta-costura, isto é, a confecção de uma roupa única, personalizada, o que passava a produzir peças únicas caríssimas, com o objetivo de formar uma elite de consumidores. "A alta-costura está para a moda assim como o artesanato está para o design", define Braga. Na década de 20, surge o conceito de pret-à-porter ("pronto para usar", em francês) que consiste em criar o projeto de uma determinada roupa para ser produzida industrialmente. É o conceito da produção em série – já tão conhecido e usado para legitimar a atividade do design – no universo da moda. Esse princípio prevê a produção em série das roupas dentro de uma grade – ou seja, os tamanhos (os conhecidos manequim 38, 40, 42...) e as variantes em cores, por exemplo. É sabido que o valor das matérias-primas é o mesmo para qualquer marca, como no caso do jeans. O que acontece, como afirma Braga, é a agregação de valores em função do design que aumentam o preço do produto final. Além disso, o nicho de público e o prestígio da marca estão relacionados ao preço que a peça terá no mercado. O processo se repete em várias áreas da sociedade, que aparentemente tem fetiche por comprar um produto pela sua autoria ou marca.

Guilherme Sebastiany, com a experiência de alguns trabalhos no setor, comentou sobre o relacionamento de seus clientes no desenvolvimento da identidade dessas empresas. Para ele, existe um crescimento da demanda de trabalhos de identidade visual nessa área pela necessidade da criação de uma unidade de comunicação e identidade integradas. O profissional, nesses casos, precisa ter uma formação abrangente.

Para Jung Eun Ro, o processo de criação de moda não termina no desenho, mas continua até o momento em que a pessoa veste a roupa e a combina com outras peças. O desenho é, em outras palavras, um meio de comunicação com o seu projeto. Pela própria experiência afirma: "a moda se liga muito à questão da comunicação visual".

Para quem pensou em encontrar na discussão argumentos que fundamentem uma fragmentação maior entre moda e o design... bem, deve ter saído da Caixa Preta com mais idéias para propor uma aproximação das áreas.



"O croqui é um desejo de existir, é um pensamento, um sonho, uma idéia. Um desenho viabiliza este sonho, mas o desenho não é o fim dele, é uma ferramenta. Se for finalidade, pendura na parede".

OLHAR PARA O PASSADO PARA PROPOR UM FUTURO

Nagib Orro, na palestra "Design e Meio-ambiente", afirmou que é fundamental conhecer a história. Só assim, é possível compreender o caminho que fizemos para então, propor direções. Se isso não acontece, "fica muito difícil tentar influenciar no que está acontecendo hoje", conclui.

Para Nagib que trabalha exclusivamente com madeira certificada da amazônica com o selo FSC – o Conselho de Manejo Florestal - a diversidade é um dos elementos que garantem o manejo sustentável da floresta, pois evita a exploração de monoculturas que danificam o solo. Exemplo da linha Clips que tem como principal diferencial a simplicidade, que possibilita a produção em série ágil e com um custo mais baixo. A diversidade de composições que os módulos são capazes de formar também impressiona: de estantes a cadeiras e poltronas, até formas distintas de acabamentos, o sistema é variado. Após uma série de exposições de projetos, Nagib Orro ainda comentou sobre a relação do artesanato, "se no início o designer era chamado para dar uma solução estética para as porcarias que as máquinas fabricavam, hoje, o designer é chamado para voltar para o artesanato". Quando a indústria nasceu, acreditava-se que era início de uma nova era: "a idéia era que todo mundo pudesse comprar aquilo que se produzia em série, o que não aconteceu. Mas a idéia hoje, olhando para o artesanato, é trazer condições de desenvolvimento para comunidades artesanais" - finaliza.

A QUARTA-FEIRA FOI ASSIM...

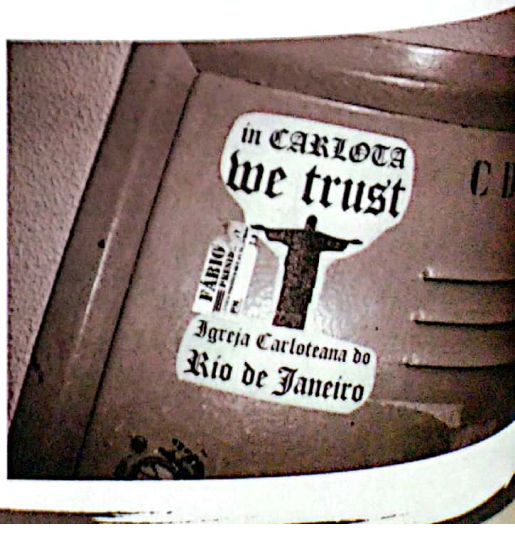
EU LAGARTEIO, TU LAGARTEIAS

Especialmente depois do almoço, uma legião de pessoas tomava os gramados do Campus para descansar e se aquecer com o sol.

AVE, CARLOTA, CHEIA DE GRAÇA!

Em Goiás, ela é mais famosa que pequi ou pamonha; no Rio de Janeiro, ela já tem uma Igreja. Sua casa é capaz de acolher mais de 2789 fiéis (sem falar em um par de animais de cada espécie). Depois dela, seu conceito de "balada" nunca mais será o mesmo. Musa da diversão gratuita e de alto nível do 14° N Design, Carlota Viero, amigos, é real. Basta dar uma olhada no material gráfico produzido para o evento e verão que não é lenda. Tudo começou no Orkut – a comunidade virtual revolucionária que teve o boom em 2004 – em um tópico que perguntava "nos dias de festa chata durante o N, o que fazer?". A resposta dos nativos de Santa Maria era simples: na casa da Carlota a diversão era garantida! Isso porque a moça adora organizar um agito na sua casa. Depois disso, o pessoal começou a viajar – a construção de um mito a olhos vistos: "pessoas que eu nunca tinha visto na vida começaram a fazer comentários a respeito da minha casa, que eu tinha uma pista de dança no apartamento, uma adega com milhares de tipos de cachaça..." e por aí vai, afirma Carlota. Durante o evento, ela virou celebridade do design posando para fotos e, pasmem, dando autógrafos!

E a festa na sua tão famosa casa? Ela diz que não tinha como, mas pode dizer que a Festa Anos 80: a última infância feliz foi criada com base do que costuma rolar na sua casa. É... ela é capaz de milagres!



ENQUANTO ISSO...

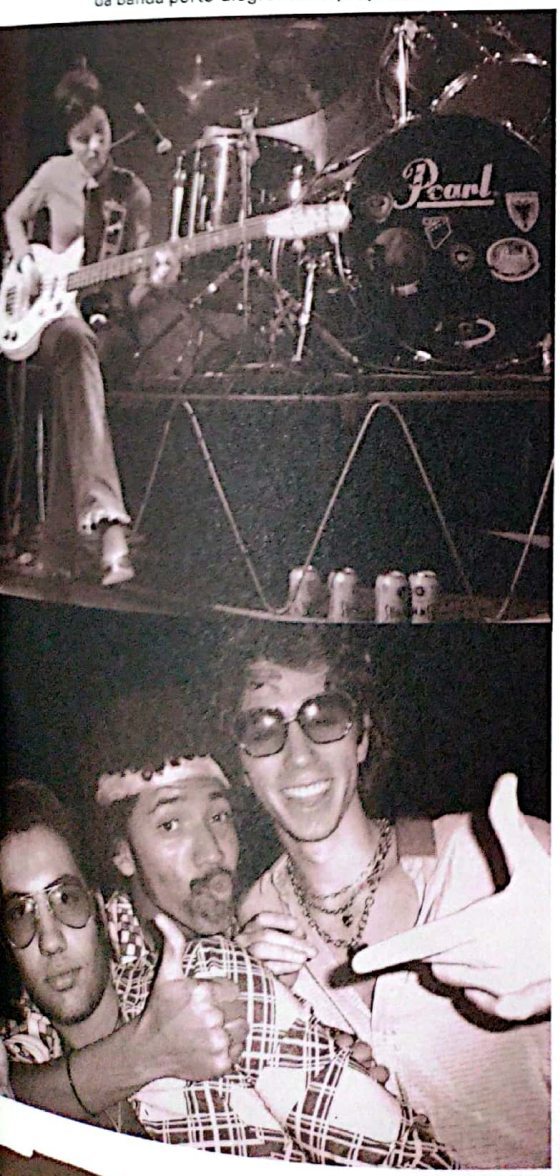
Duas palestras mostraram que, apesar da grande contribuição da formação acadêmica, chega uma hora em que é preciso andar com as próprias pernas para poder decidir aonde chegar.

UM OBSERVADOR OCULTO

Infelizmente não ficou registrado em nenhuma câmera o momento exato do tombo do palestrante Rafael Peixoto Ferreira. Mas quem esteve lá pode contar como foi, é o caso do apoio Filipe Rolim que estava cuidando o projetor. Segundo ele, estava tudo tranqüilo até que o palestrante teve a idéia de encostar-se à tela onde eram projetadas as imagens, com a intenção de apontar uma figura. O problema é que a tela estava além do limite do palco, que por sinal era bem alto. E foi então que o palestrante ficou à mercê da força da gravidade: "o cara sumiu de vista em menos de um segundo! Então vem um estouro, por detrás do palco. Pensei comigo: 'Acabou a palestra!'. Dois colegas que estavam ao meu lado foram correndo socorrer o Rafael, que na verdade tinha era caído atrás do palco", conta Filipe. Mas antes que chegasse ao socorro, ele gritou ao microfone: "Eu tô bem! Eu tô bem!", seguiram-se gargalhadas de todos – agora sem culpas! No outro dia, para sorte dos palestrantes que ainda viriam pelo resto da semana, foi colocada uma proteção atrás do palco.

ROCK, ROCK E ROCK!!!

Para quem agüentou até o fim, a noite das Décadas do Rock valeu muito a pena. Na foto abaixo, show da banda porto-alegrense Superphones.



VOCÊ JÁ CRIOU HOJE?

Com exemplos focados principalmente na área de webdesign, Diego Zambrano contou que o que mais o incomodava no início de sua carreira era a falta de emoção nos projetos. Seu objetivo principal sempre é valorizar o produto e não a estética em si. Em função disso, apresentou uma série de situações em que a necessidade do projeto era fazer nascerem novos elementos na comunicação – como foi o exemplo do "Dossiê Olga" presente no site do recém-lançado longa-metragem Olga, baseado na obra homônima de Fernando Morais.

"TODOS SOMOS REVOLUCIONÁRIOS QUANDO ESTAMOS NA FACULDADE"

Rafael Peixoto Ferreira é professor no Canadá. Lá, as escolas contam com uma estrutura ótima, laboratórios bem equipados, mas engana-se quem pensa que os estudantes de lá não enfrentam problemas conhecidos por aqui: problemas de auto-estima e o desvio para a área da publicidade – que pode até pagar bem, mas que, segundo Rafael, aniquila qualquer possibilidade de elaboração dos projetos pela falta de tempo. E há quem pense que só os estudantes brasileiros sofrem desse mal...

De repente, o palestrante caiu do palco! Por sorte não aconteceu nada, além de um ataque de riso: "se eu contar para o pessoal no Canadá que eu caí do palco no Brasil, ninguém vai acreditar", comenta. Apesar do susto, a palestra continuou – com Rafael devidamente sentado na cadeira para não correr riscos – mostrando como o designer tem o perfil de olhar as coisas sob uma ótica diferente e como esse diferencial precisa ser explorado no exercício profissional. Ao final, ainda deu o recado – aproveitando-se da piada interna do encontro: "In Carlota we trust!"

OS DESAFIOS DO ENSINO DE DESIGN NO BRASIL

Para esquentar os ânimos para o debate da noite, Henrique Nardi e Marina Chaccur apresentaram uma série de questões pertinentes ao quadro do ensino de design no Brasil nos últimos 10 anos. Um pouco de combustível antes da explosão.

Pontos um tanto obscuros da história recente do ensino superior de design no Brasil são o objeto de pesquisa de Henrique e Marina em um projeto de uma publicação intitulada "Estudando Design no Brasil". A principal motivação para o registro veio da necessidade de que as discussões, principalmente dentro do movimento estudantil de design, não voltem à estaca zero. Ao tentar explorar as questões, ficou a constatação de que o problema do ensino antecede o nível acadêmico e começa pelos motivos que levam os alunos a estudar design. Outro grande problema apontado está na quantidade absurda de faculdades de design que surgem a cada ano no país, deixando a desejar quanto a real preparação dos professores – estes, lesados pelo não acompanhamento do número de pós-graduações em relação ao boom de escolas. Todas as observações serviram de munição para o que viria mais tarde.

E O DEBATE COMEÇA...

O ensino de design no Brasil vai bem? As respostas vão do "mais ou menos" até o categórico "não" – o ensino de design não está bem. O debate tinha como principal objetivo levantar questionamentos que afligem alunos e professores e, quem sabe, com um pensamento mais otimista, apontar algumas soluções.

Suzi Marino Pequini, representando a AEND-Br (Associação de Ensino/Pesquisa de Nível Superior em Design no Brasil), afirmou que tem trabalhado – a exemplo de gestões passadas – junto ao MEC para a capacitação de professores. Recentemente a AEND-Br esteve presente em reuniões com órgãos responsáveis pela avaliação, reconhecimento e autorização de cursos. Esta aproximação terá como resultado a atuação direta da Associação na qualificação dos avaliadores de cursos – isto porque, como se vem acompanhado, devido à falta de definição clara sobre o design, muitas pessoas não-qualificadas na área eram delegadas pelo MEC para realizar essas avaliações. A partir de então, com o trabalho intenso da AEND-Br, todos os avaliadores precisam ser reconhecidos primeiramente pela associação. "Nós não precisamos mais de outros profissionais entrando na área de design", afirma Suzi, "nós podemos ter designers específicos avaliando nossos cursos".

Em um levantamento feito em 1999 pela própria AEND-Br, cerca de 60% das faculdades responderam, e destas, 54% dos professores das instituições não eram graduados em design. Para Suzi, essa situação é extremamente grave e contribui para a confusão que se faz a respeito da atividade: "vejo resultados de cursos onde os alunos, ao invés de desenvolver um produto, estão fazendo esculturas! E é essa a visão que se tem [pela sociedade], que design é uma peça exótica, uma peça cara e que na verdade é uma escultura: uma cadeira em que não se senta, não é aquela coisa do dia-a-dia". Isso explica, então, o fato de a AEND-Br estar envolvida na qualificação das pessoas que ensinam, como o caso do trabalho para a capacitação de professores junto ao CNPq. Sem isso, os cursos não têm condições de pedir recursos para a geração de mais conhecimento. Como Suzi mesmo constata: "nós não produzimos conhecimento".

João Lutz, apesar das dificuldades que encontramos, acredita que o ensino está avançando, o que não quer dizer que não existam problemas – "o ensino vem amadurecendo, os processos de avaliação têm alguma coerência", afirma. Partindo de sua experiência, considera-se seguro para dizer que o ensino atualmente é superior ao que ele recebeu há 22 anos, "bem ou mal, vivemos em uma democracia e isso faz uma grande diferença".

Mas se estivesse tudo bem, qual a razão do debate sobre o assunto? Para Ivens Fontoura o ensino não está bem e, aproveitando o gancho, a avaliação também: "gente de notória capacidade, professores com currículo, conhecimento e experiência – quem sabe pela adoção de uma determinada metodologia – ao fazer a avaliação nas escolas, estas ganham conceito A" – sinaliza. "O ensino está ruim, todos os alunos insatisfeitos, os professores também e [ironicamente] as faculdades colocam faixas comemorando o conceito positivo", afirma. Para Ivens, o que falta é a Universidade dar ao aluno a oportunidade de projetar a si próprio, fazer um projeto de vida.

Marcio Rocha Pereira, recém-formado pela UnB, afirmou que não basta saber o currículo certo ou o fundamento verdadeiro do design, mas sim descobrir que efeito isso terá, como estratégias, na atuação profissional do futuro formado e na atuação da classe social formada frente à sociedade que tem uma série de necessidades. Marcio observa uma contradição entre o que se considera como ideal e como as coisas funcionam na prática. Uma prova disso é que, apesar da defesa do ensino superior de design – o que pressupõe que se tenha uma filosofia do projetar e não só a preocupação com o fazer – a própria matéria de metodologia de projeto (presente em todos os cursos de design no Brasil) reflete, muitas vezes, justa-

mente o contrário: o fundamental para a formação de um designer é aquilo que o permite fazer design. Sobre o problema dos professores não-designers, para ele, fazem parte da indefinição social do que é design: "enquanto sociedade, a gente não respondeu ainda o que é design. A gente pode ter respondido enquanto academia, mas enquanto sociedade e como essa história de desenhar se reflete na produção industrial, pelo menos no Brasil ainda não".

Sobre o assunto, complementa Cláudio Ferlauto: "uma profissão não existe só no mercado", enquanto o tripé ensino, pesquisa e extensão não funcionar, só produção do mercado não será suficiente para o design definir seu próprio campo. Para ele, "o ensino vai mal porque é um ensino especializado em um mundo que deixou de ser específico há mais de 30 anos". Para colocar mais combustível na discussão sobre a indefinição sobre a atividade, Ferlauto aponta a especialização, aliada ao descompromisso de encarar o design como uma atividade com repercussões na cultura do povo, como um dos problemas para a formação de futuros designers, já que isso acarreta uma série de fatores, entre eles o desinteresse de nos colocarmos como agente na sociedade e não apenas como alguém que quer se colocar no mercado - "a dificuldade de ensinar design é que na verdade a gente ensina a ligar o microondas".

Mas estamos todos motivados? Pessoalmente todos estão, mas... e a população em geral? E os estudantes de design? Há trabalho para todos os egressos? Ivens: "temos que tocar o barco do design, do país, é esta a motivação que está em discussão para transformar isso em ações", afirma. Na ótica estudantil, em geral, esse problema pode ser visto de forma diferente, como propõe Marcio, a pergunta melhor seria: quando o seu professor não está motivado, que tipo de coisa você faz?

O grande desafio, ao "emergir design", tema central do quarto dia do encontro, está em mudar os pensamentos e a atitude de quem estuda, para assim sair da inércia e permitir-se explorar novos meios de mudança, tanto no ensino, quanto mais tarde, no exercício profissional. As discussões continuaram no Grupo de Ação sobre Ensino que ocorreu nos dias seguintes. Ficaram muitos pontos para serem analisados e amadurecidos, mas a intenção foi colaborar para colocar mais um tijolo na obra.

"O dia que o Brasil tiver liberdades democráticas e não tivermos que pagar 42% de imposto sobre tudo o que compra, o país vai ter ânimo para crescer e para criar também"

Cláudio Ferlauto

"Se temos definições claras e estáveis sobre o que é design, enquanto atividade profissional, enquanto atuação no mundo, no mundo real em que eu vivo, o design não é tão claramente reconhecido"

Marcio Rocha Pereira

"DESIGN NO MUNDO EM QUE EU VIVO"
Na foto: Ivens Fontoura, João Lutz, Suzi Mariño, Volnei Matté, Márcio Rocha Pereira e Cláudio Ferlauto.

O DESIGN E OS OUTROS

Se estudamos design, o que os outros têm a ver com isso?

Chega de nos sentirmos incompreendidos! - postulava o Manifesto do Design Emergente, norteador do encontro. Entretanto, por vezes nos colocamos na posição cômoda de afirmar que a sociedade desconhece o que fazemos, reclamamos da falta de reconhecimento e assim, corremos o grande risco de cair em discussões internas e existenciais do design, esquecendo de colocar mais tempo e esforço em fazer nosso trabalho bem feito. E aí, para todos os efeitos, a máxima "o design é a profissão do futuro" é um argumento perfeito e intransponível às pessoas que necessitam dele.

Na revista de maior circulação do país, o design é "a arte de fazer coisas belas", alguns se revoltam porque acreditam poder fazer mais. Mas há de convirmos também que, como bem lembrou Eduardo Gonçalves (Cuducos) do debate da noite, o design não está sendo definido por designers, mas por quem o utiliza, o que nos coloca, muitas vezes, como uma profissão meramente técnica, comprometendo o futuro da nossa profissão. Enquanto esperarmos definições externas sobre o que podemos fazer e apenas esbravejarmos aos quatro ventos, infelizmente, essa imprecisão da qual nos dizemos vítimas, permanecerá.

Enquanto não compreendermos os outros (leia-se aqui, a sociedade), não aprendermos a ouvir e ao menos entendê-los, que sentido terão as coisas que projetamos? Como afirmou Augusto Fornari Veiras no debate sobre Design e Estética Popular na TV brasileira: "nos amarramos em alguns dogmas e esquecemos as diferenças do mundo ao nosso redor". Por essas e outras, às vezes você não tem a sensação que está impondo goela abaixo os ensinamentos que aprendeu na faculdade?

A idéia do Augusto de abordar o assunto veio de um desconforto pessoal com a atividade, ao lidar com os mais diversos clientes. Ao contrário de pensar que eram os outros que simplesmente estavam errados e não estavam "prontos para o design", ele tomou um caminho diferente e começou a estudar situações para entender por que este conflito acontecia. Não basta estar em um ambiente acadêmico, aprendendo o que é ou não ideal na estética, se a própria é incapaz de atender as necessidades dos mais diversos grupos sociais: "precisamos aprender com as outras pessoas, senão vamos trabalhar só para nós mesmos".

Com exemplos da televisão brasileira, Augusto traçou um parâmetro mostrando que designers conhecidos no país e desprezados no meio universitário devem ser melhor estudados, pois mostram sua competência em trabalhos direcionados tanto para as altas quanto para as baixas camadas da sociedade. "Estamos em um lugar de geração de altíssimo capital cultural que é a Universidade e o que aprendemos é justamente estes elementos com referências na alta cultura. Mas a cultura popular não entende isso e cabe a nós entender o que estas pessoas estão esperando de nós", propõe.

NOVOS FENÔMENOS E PROTAGONISTAS SOCIAIS

A tendência de aproximação do ensino e prática do design à realidade local vem acontecendo na Argentina há mais de 14 anos, como mostraram as professoras argentinas Maria Beatriz Galán, da Universidade de Buenos Aires e Maria Rosário Bernatene, da Universidade Nacional de La Plata. A experiência daquele país surpreendeu os presentes para uma nova realidade, que muito bem poderia servir como exemplo para o Brasil: erguer setores e pessoas, que apesar da crise, conseguiram mobilizar profissionais de design a se preocuparem com a situação social do país e começaram a trabalhar em algo.

Para Beatriz, o tratamento da questão social não deve seguir o rumo da filantropia – que não promove mudanças, nem ao oportunismo, mas sim no âmbito estratégico, que se ocupa ativamente com a identificação de novas estratégias de ação comunitária. Ao estudante e profissional de design cabe ter a capacidade de questionamento cultural que tende à ação, saber dialogar com a comunidade e interagir simbolicamente, ter uma ética social madura e responsável, articular interesses pessoais com os da comunidade em forma equilibrada, administrar a tecnologia com sentido crítico, construir cenários futuros e contribuir para a formação de líderes comunitários.

Foram apresentados inúmeros exemplos de trabalhos com as comunidades argentinas. No campo pedagógico, foram incorporados nos currículos assuntos como políticas produtivas, design estratégico e sustentável, desenvolvimento local e economia social, cadeira de valor e gestão de micro-empreendimentos frente à crise. As experiências pedagógicas no combate à pobreza (entendida aqui em um sentido mais amplo: econômica, educativa, sanitária, simbólica), segundo Rosário, são o maior desafio para a intelectualidade e os designers latino-americanos. Mas por que a pobreza como um objeto de estudo do design? "Ampliamos desejos e não nos conformamos com bons desenhos cercados de um contexto deprimido e inseguro", afirma a professora, "porque este flagelo impede toda a possibilidade de crescimento, desenvolvimento e qualidade de vida". Para ela, a Universidade pode dialogar com outros protagonistas sociais e ao mesmo tempo atuar com objetivos pedagógicos, sem cair em um discurso de presunção de verdade.

FENÔMENOS SUBVERSIVOS

O pacato Centro de Artes e Letras não saiu intacto do N Design

CONSTRUÇÃO EFÊMERA

Até terça-feira, dia 20, as exposições estavam sendo montadas pelo Campus e pelo centro da cidade. Isso porque, os trabalhos dos estudantes a serem expostos, chegaram no mesmo dia que você, no início do encontro. Em dois locais de exposição, foram 697 assinaturas no livro de visita. Só de fita dupla-face para dar conta dos 6 locais de exposição, foram gastas mais de 50 rolos! Fazendo as contas, isso dá 1500 metros!!! Não é brincadeira.

RAFOS

Por todos os cantos do CAL

DESIGN: AME-O OU DEIXE-O

Na sua peça de roupa favorita

OS OUTROS E O DESIGN

DESIGN E SAÚDE

A BioDesign, empresa que existe há 4 anos, é um núcleo de desenvolvimento de projeto para a área da saúde. Para o médico Adriano Mehl, designers e profissionais da saúde não podem se distanciar: "temos problemas a resolver e ambos têm soluções" – para ele, diferente de outras áreas, na saúde o cuidado para a criação de objetos precisa redobrado, pois na medicina, quando se fala de produtos descartáveis, existem sérios problemas. A apresentação contou com um panorama da história de vários instrumentos médicos e mostrou o quanto ainda temos que aperfeiçoar nesse setor: "muitos avanços na área da medicina se devem ao design", avalia. Como exemplos, foram mostrados respiradores, monitores, nebulizadores, termômetros, cadeiras de rodas e bombas de infusão, mostrando que os profissionais da saúde como do design devem buscar salvar mais vidas, diminuir o sofrimento e, em situações simples, prever problemas.

JURO QUE VI

Recontar lendas brasileiras sob a ótica das crianças de 6 a 10 anos da rede municipal de ensino: esta é a idéia do projeto do núcleo de animação da MultiRio – Empresa Municipal de Multimeios do Rio de Janeiro. Com foco na educação, o projeto prevê a realização de cinco curtas, com 10 minutos de duração cada.

Sandro Lopes e Rogério dos Reis apresentaram o primeiro curta da série, o Curupira. Vencedor do prêmio de melhor animação brasileira pelo júri popular do Festival Anima Mundi em São Paulo e dos prêmios de melhor animação e direção no Cine PE Festival do Audiovisual, em Recife. A equipe que trabalhou no Curupira era composta por mais de 40 pessoas, uma grande produção para o contexto nacional. A apresentação ainda contou com mostra dos cenários, personagens e todo o trabalho de produção e finalização da animação. Ao final, os participantes presentes puderam assistir ao Curupira.

"DESIGN É SOCIAL POR DEFINIÇÃO"

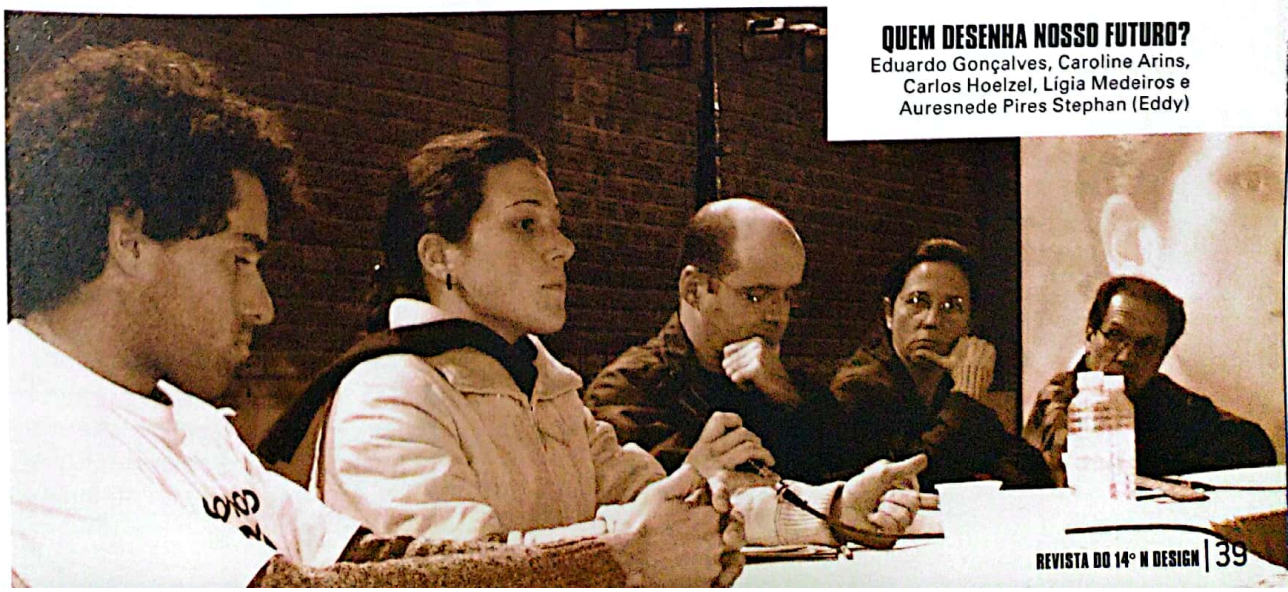
Se a afirmação é já um consenso de todos à mesa e de muitos estudantes e profissionais, por que, na prática, ainda encontramos dificuldades em aplicar o que acreditamos?

Como afirma Lígia Medeiros, "desenhar o futuro emprega a habilidade humana de imaginar como as coisas poderiam ser". Mas para desenhar o nosso futuro – o que implica "o meu e o dos outros" – é necessário estabelecer estratégias, ações em conjunto que precisam ser levadas adiante, como Lígia mesmo comenta. Para ela, é preciso que tenhamos conhecimento das pessoas, dos processos e dos produtos: conhecer as pessoas para descobrir como elas vêm resolvendo seus problemas e a partir daí termos condições de desenvolver produtos coerentes com a realidade.

"Esteja onde estiver, deve existir algum problema em alguma comunidade" – afirma o professor Eddy. De fato, é comum voltarmos nossos olhares para os grandes centros e nos esquecermos das cidades interioranas que possuem grande demanda por design. Eddy também enfatiza esse aspecto da ação social dos designers em seu discurso, quando afirma que "o designer tem que conhecer a realidade local de seu cliente. Sem essa vivência o designer será um designer de prancheta".

Seguindo o raciocínio de que o design é social por definição, Lígia, justifica: "é social porque trabalha para o outro" e "o que define o design é a finalidade de ser mercadoria, de ser produzido em série". Para ela, o problema da indefinição social da atividade deve-se à incorporação de ações individualizadas atuando por interesses de auto-expressão que, ao colocar tudo na mesma mesa como "isto tudo é design", acabamos não distinguindo como as coisas estão sendo colocadas. "É um momento de delimitar esse território e incorporar na formação o atendimento as necessidades básicas" – declara –"devolvendo à sociedade um investimento que foi feito". Claro que os problemas sociais que assolam a nossa realidade são muitos. Mas, como afirma Lígia, é preciso se preparar para dias melhores – "Se as nossas escolas não pensam na possibilidade de preparar os seus profissionais para o sucesso, mas só para o fracasso, a gente pode um dia se deparar com oportunidades boas e quem serão os profissionais que irão pegar um projeto de grande impacto social? Quem seremos nós?".

Com base em declarações de outros autores, como Márcio Dupont (presente do N Design em Belo Horizonte), Eduardo Gonçalves (Cuducos), estudante de design gráfico da UFSC, concorda que o design oferece infinitas possibilidades, mas tem sido desperdiçado de tal maneira que as pessoas que possuem necessidades urgentes não são atendidas. "As pessoas têm noção do que deveriam estar fazendo, exercendo design contribuindo de maneira efetiva, entretanto, a própria classe estudantil tem algumas dificuldades de exercer o que acredita que deveria fazer" – declara.



QUEM DESENHA NOSSO FUTURO?
Eduardo Gonçalves, Caroline Arins, Carlos Hoelzel, Lígia Medeiros e Auresnede Pires Stephan (Eddy)

A INFLUÊNCIA DAQUILO QUE SE PROJETA

Da experiência à inovação, até questões essenciais para o desenvolvimento de um país, três palestras tinham algo em comum: a maneira como o design consegue influenciar na cultura material de um país e marcar gerações.

Em 1950 já se fazia design por aqui. Nelson Petzold e Carlos Bornancini (que infelizmente não pôde estar presente no N Design), junto com Paulo Müller (que integrou a dupla mais tarde), mostraram retalhos dessa jornada de mais de 40 anos de design. Eles lembram que o começo não era fácil, "ninguém resolvia problemas, só traziam de fora o problema resolvido", conta Paulo Müller.

A sistemática de trabalho não tem mistérios: "A IDEO *[empresa de design mais famosa dos Estados Unidos e com filiais na Europa, Oriente Médio e Japão]* é conhecida por trabalhar junto com o cliente, chama o pessoal da fábrica para ver in loco, ao vivo e em cores o que acontece com a concorrência" mas o que parece uma novidade hoje, é justamente a idéia que eles tinham desde o começo. O escritório tem apenas 7 anos, antes disso Petzold e Bornancini trabalhavam dentro da fábrica.

A todo momento, ficava visível que cada produto possuía uma história muito mais ampla do que se pode imaginar. Em alguns casos, a platéia reagia aos produtos apresentados, como foi o caso do conjunto de talheres para criança – aqueles que quase todos nós já tivemos: "buscamos ter uma conotação lúdica" explica Petzold, "não era miniatura de gente grande, a única coisa que tinha antes era o de colher virada, que ainda ensinava a criança a comer errado". E como também se aprende a partir dos erros, Petzold e Müller não fizeram questão de omiti-los e mostraram trabalhos que também não foram sucessos de venda. Quando perguntados se o bom design depende do marketing e se isso também não abre precedente para que o mau design se aproveite de estratégias de venda para ser um sucesso, Petzold afirmou categoricamente que o marketing não pode vender o que não presta, "pode vender por um ano, dois anos, mas existem também produtos de 30 ou 40 anos que ainda vendem".

VÁRIAS FORMAS DE CRESCER FAZENDO DESIGN

No auditório do CCR, o Desenhista Industrial argentino Martin Olavarria apresentou projetos e reflexões a respeito do desenho de máquinas agrícolas. Para Martin, o setor agrícola é de extrema importância e os designers precisam estar mais atentos a essa realidade: "o setor agrícola é o menos castigado pela situação econômica e tem a difícil missão de ser a mais imediata possibilidade de recuperação". É preciso ter responsabilidade, no mínimo. E essa responsabilidade se estende, também, a questões estratégicas, vitais para o desenvolvimento de qualquer nação que busca a sua soberania. Como afirma Martin, muitos países podem ser receptores de capitais, tecnologias, inclusive de produtos, no entanto, ao que parece, essas nações não possuem um verdadeiro desenvolvimento industrial. Para ele, a Argentina, tanto quanto o Brasil, têm uma oportunidade histórica de transformarem-se em líderes mundiais na produção de máquinas agrícolas já que existe uma grande demanda no setor.

A apresentação contou com inúmeros exemplos de maquinário agrícola desenhados por Martin. Ironicamente, a apresentação aconteceu no Auditório do CCR – Centro de Ciências Rurais da Universidade Federal de Santa Maria. E a pergunta que fica é: por quanto tempo vamos falar de desenvolvimento sem dividir nossas preocupações e contribuições com outros setores?

EM 1984...

Nesse ano o nome mais comum era comunicação visual. Na realidade, o GAD surgiu em Porto Alegre na época com a proposta de pensar a arquitetura como comunicação visual. Em 1992, com a união de outras experiências profissionais e empresariais, o grupo passou a entender a gestão de marca como um conjunto de ações articuladas para criar conexões emocionais. Luciano Deos, um dos sócios-fundadores do escritório – que recentemente se tornou o maior escritório de design do Brasil – apresentou projetos desenvolvidos que são bons exemplos da articulação da gestão integral dos processos de planejamento, projeto, implantação e gestão do design.

A palestra mostrou, ao final, que ao mesmo tempo que o GAD busca em seus projetos potencializar os valores das empresas, o escritório investe no relacionamento com seus clientes, da mesma forma. Não é à toa que alguns já estão com eles por mais de 15 anos.

DA SUBVERSÃO AO ESTADO TIPOGRÁFICO

De intervenções gráficas pela Argentina até a disseminação da cultura tipográfica pelo Brasil – sexta-feira foi o dia!

ARRISCADO E POR ISSO DIVERTIDO

Em 1998, então com 21 anos de idade, quatro estudantes da Universidade de Buenos Aires decidiram encarar a cidade como um grande laboratório. Através da intervenção gráfica e em vídeo pelas ruas, iniciaram uma busca cujo objetivo constante era gerar reações nas pessoas. Porém, mais do que isso, Orilo Blandini e Mariano Barbieri – representantes do grupo DOMA no N – apresentaram uma série de trabalhos de intervenções políticas e socialmente engajadas aliadas ao bom humor e ironia característicos. Distorcer as mensagens visuais externas ou de publicidade foi só o começo de uma grande maratona de intervenções, que, em alguns casos, lhes trariam alguns problemas legais.

Como o que parece proibido é mais gostoso, a apresentação serviu para contagiar todos os presentes. Da eleição do candidato Roni para presidente ao vídeo do panelaço pelas ruas de Buenos Aires, esses jovens – além das numerosas intervenções pela cidade – dividem seu tempo entre trabalhos para canais de televisão e instalações de arte contemporânea pela Argentina, Espanha, Alemanha e Estados Unidos. De qualquer modo, por mais que entendam o sistema vigente como um grande espaço ao qual não renegam pertencer, advertem: a subversão é o caminho mais perigoso e por isso mais divertido.

TIPOCRACIA: CONSTRUINDO O ESTADO TIPOGRÁFICO

No Caixa Preta, Henrique Nardi apresentou o seu projeto, o Tipocracia que tem como objetivo disseminar e estimular a cultura tipográfica no país através de cursos, palestras, site e lista de discussão. A idéia era mostrar principalmente a experiência recente, que aconteceu no primeiro semestre do ano em que o projeto viajou para outros estados. A principal motivação de Henrique em montar o projeto foi pela crescente necessidade de formação complementar nos cursos de design no Brasil, além do contexto atual estar muito propício para o desenvolvimento e disseminação da tipografia. Henrique finalizou incentivando outras pessoas, a partir do conhecimento adquirido no próprio N Design e, se considerá-lo válido, que dividam suas experiências com os outros, passando-as adiante.

"O FUTURO NÃO VEM DO CÉU"

Na reta final do evento, apesar da constatação de inúmeros problemas, a esperança prevaleceu.

É bom prestar atenção. Apesar do cansaço e de todo o desgaste de uma semana de muito frio e pouco sono, as palavras ditas naquela noite merecem ser registradas. Na mesa: Joaquim Redig, Auresnede Pires Stephan (Eddy), Martin Olavarria e membros da CONDE. Em pauta o tema central: o design emergente.

Descobrir que, não só padecemos de necessidades como precisamos ter consciência delas. É como alguém que tem fome e não se fecha nesta condição, ao contrário, vai em busca de uma solução. E aí surge um primeiro esboço, uma idéia de como essas situações podem ser alteradas. Não que a intenção fosse provocar um levante imediatamente após o debate, mas que aquela pausa para reflexão conjunta resultasse em algo. Porém, como só se conhece o milagre da semente após a colheita do fruto, é preciso esperar. Leia com atenção e depois assista ao resumo em DVD.

Ao ler o manifesto que dava as diretrizes do evento, Eddy chamou atenção para os diversos sentidos da palavra "emergente", sobretudo ao conceito de "emergência", no que diz respeito à situação crítica, ocorrência perigosa, que, aliado ao conceito de que "nossas idéias só têm sentido na vida real", despertam, no seu ponto de vista, inquietações frente ao mundo condicionado ao imediatismo e as diretrizes convencionadas pelas mídias fugazes e tendenciosas. Imagens manipuladas e enganadoras, que, segundo ele, preenchem o "vazio de nossas vidas pelo turbilhão de imagens e palavras evasivas". É o que chama logo depois de "convite constante do compre dois, leve três e ganhe uma amostra grátis", e provoca: aonde chegaremos com tantas identidades visuais e manuais?

Joaquim Redig preferiu dividir algumas idéias acumuladas em mais de 38 anos de profissão. Como tem observado, o design é capaz de apontar caminhos vindos da responsabilidade da atividade, em seu dia: o foco no usuário, a valorização da informação, a relação intrínseca entre conteúdo e forma, a visão sistêmica, o domínio da tecnologia, a busca da produtividade, a referência cultural e o destino social do produto. "Se dê ao trabalho", expõe, "quanto mais trabalho tivermos, menos terá o usuário", referindo que "resolver problemas" não é apenas nossa especialidade como também a nossa responsabilidade – "tem muitas coisas que nós deveríamos estar fazendo, estar intervindo". Seguindo a lógica de que um dia os estudantes se tornarão profissionais, Redig ainda alertou para a necessidade de fortalecimento da categoria como profissionais, inclusive pelo fato de o N Design ter mais de 14 anos e não conseguir congregar, mais adiante, os jovens profissionais para que continuem o movimento do qual participavam como estudantes.

Dizem que quem vê de fora, consegue ter uma visão mais racional do problema. Apesar da realidade não ser muito distinta, as declarações do designer argentino Martin Olavarria tocaram fundo. Convencido de que não existe uma nação forte sem uma cultura forte, critica: "a atividade de design é cultural e querem que entremos neste modelo de cultura globalizada, que não há o que pensar, que tudo já está pensado, que tudo já foi dito, que se acabou a história e se acabaram as ideologias!" e finaliza: "temos que voltar a pensar em nós mesmos, que nossa cultura é poderosa, temos possibilidade de desenvolvimento se todos colocarmos energia a trabalhar com nossa gente". Para ele, ao ler o Manifesto do Design Emergente, muitas de suas idéias, se relacionavam com o tema do evento. E, assim como está nas linhas do texto-base, acredita que o começo da solução de muitos problemas é iniciar uma ação, ter a consciência de que é necessário que façamos nós mesmos – e sintetiza – "o futuro não vem do céu".

"Nós não vamos mudar a vida do Brasil e Argentina como designers. Mas nós podemos colocar em cada um de nossos lugares, e com nossos objetos e com nossas criações e com a firme convicção de que nós somos os representantes de uma cultura que já não se expressa artisticamente se não que se expressa com produtos industriais. Aí vamos começar a nos sentirmos melhores. Aí vamos começar a mudar a realidade e aí possivelmente empresas brasileiras e argentinas comecem a crescer e a solucionar o flagelo que temos do desemprego."
Martin Olavarria

"A palavra emergente poderia ser interpretada como subverter a ordem estabelecida, as suas crenças, as nossas verdades, entender os nossos limites, tentando assim eliminar, através da competência e reflexão, a escravidão imposta por esse mundo de fantasia."
Auresnede Pires Stephan

"A primeira coisa que temos que fazer é fazer design e que as pessoas usem design. Se as pessoas têm a experiência do design como usuárias, elas vão entender o que é design."
Joaquim Redig

"O Design do Brasil e da Argentina são todos vocês. Nós tivemos cometido muitos erros e não queremos que vocês voltem a cometê-los. O design do Brasil depende de vocês, o crescimento econômico do Brasil depende, em grande parte, de vocês. Não saiam do Brasil, não emigrem, não vão trabalhar como design nos grandes centros do mundo, trabalhem como designers aqui. Transformem essa América Latina tão desigual em algo que valha a pena ser vivido."
Martin Olavarria

"Conheça o mercado não para fazer igual, mas para fazer melhor."
Joaquim Redig

O INÍCIO DO FIM

Oficialmente não era o último dia, mas uma melancolia já rondava os corredores do CAL

Ainda tinha um churrasco, uma plenária final, duas festas e – de sobra – uma viagem ao Festival Internacional de Inverno em Vale Vêneto, mas a sexta-feira já sinalizava o fim do 14° N Design. Pelos corredores, pela praça de alimentação, nos auditórios, no bazar e em outros cantos do Campus da UFSM, uma sensação estranha tomava alguns participantes – e a própria Comissão Organizadora. Era hora de tirar as últimas fotos do pôr-do-sol, a derradeira ida ao RU com os novos amigos, lagartear na grama e aproveitar as últimas ofertas no bazar – isso se ainda restasse alguma coisa! Para quem participou de alguma oficina, era hora de mostrar o trabalho e espalhar o resultado de tantas idéias.

O ÚLTIMO GRITO!

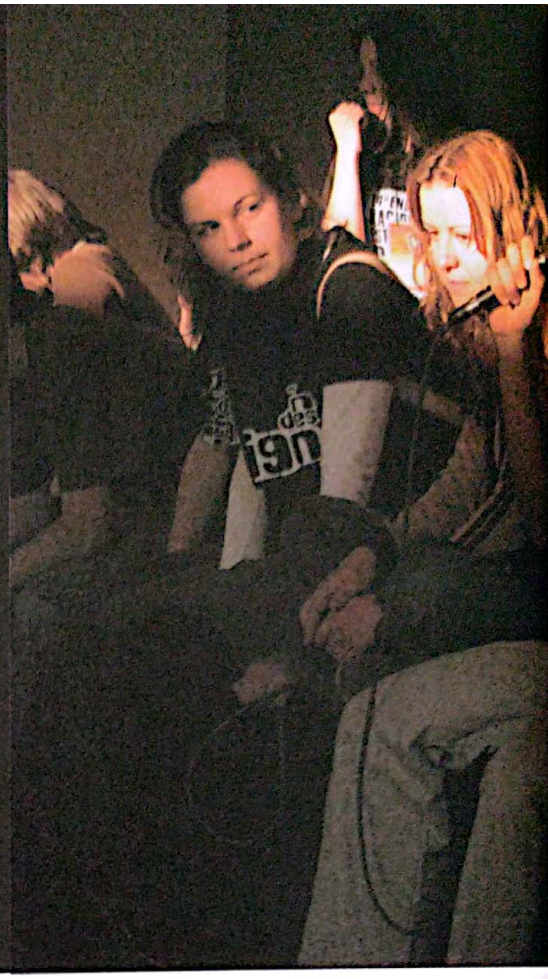
Teve gente que aprendeu direitinho a história de provocar os outros. Isso foi o que aconteceu com algumas pessoas que viram pelos murais do CAL, nos últimos dias do evento, um cartaz com as inscrições "Mais arte, menos projeto". A iniciativa, digamos... "subversiva", em se tratando de um encontro de estudantes de design, rendeu manifestos indignados e longas discussões pelos meios virtuais pós-evento.

MUSSOLINI, O TERRÍVEL

Ao que se sabe, desde Bauru, uma bebida com o nome do ditador italiano ganhou espaço no vocabulário extra-oficial do N. Diz-se que a novidade veio de Londrina, da galera do design de lá. Uma dose de suco de laranja (de preferência o concentrado), vinho tinto e vodka (ambos dos mais baratos) – essa é a ordem. Mas só saber os ingredientes não basta, há todo um ritual que deve ser seguido para deixar que as bebidas não se misturem. É preciso que o suco de laranja fique por último, e isso, meus amigos, é o que faz a bebida merecedora de seu codinome. É mortal, você não percebe enquanto bebe, o efeito só aparece... depois de várias doses da bebida.

E foi em Santa Maria que o Mussolini tomou proporções internacionais ao derrubar três argentinos no alojamento da UFSM. Um deles foi o Pablo de los Santos, estudante de design gráfico de Buenos Aires. Na festa Pop Rock, uma das figuras mais carismáticas do 14° N sentiu o efeito da mistura explosiva, que foi tão grande, que o rapaz teve que ser levado até o Pronto-Atendimento. Por sorte, os médicos disseram que Pablo não precisava de glicose, apenas de um bom sono. Como ele mesmo dizia, enquanto estava sob efeito etílico, "Mussolini, assessino de argentino".

TUDO SOBRE A PLENÁRIA FINAL



A plenária final teve o objetivo de abrir espaço para discussão e avaliação do encontro. A CONDE, anjos e apoios que trabalharam durante o N, se reuniram pela primeira vez e subiram ao palco. Foi aberto o microfone para os participantes darem seus depoimentos – por vezes emocionados - seguidos de esclarecimentos pela Organização.

Também foi feita a apresentação dos resultados dos Grupos de Ação por seus coordenadores. A atividade teve como objetivo analisar, discutir e gerar ações a partir de um tema relacionado com as outras atividades do evento (palestras noturnas, apresentações de trabalhos, etc) para que as discussões gerassem ações visíveis dentro e fora dos limites do encontro. Como resultado, proposições de ações foram realizadas e apresentadas em plenária final. Algumas foram publicadas nesta revista. Desta forma, a intervenção prática, a partir das resoluções do grupo, pode continuar após o N e através de outros encontros.

A nova gestão do CONE Design – Conselho Nacional de Estudantes de Design – foi apresentada (leia no box abaixo). Ao final, todos puderam pegar o seu certificado de participação – na verdade alguns nem esperaram a plenária terminar e já correram para as filas de entrega, prejudicando o andamento da plenária. Esta foi a maior prova de que os estudantes de design, se quiserem efetivamente influenciar o panorama geral do design no país, têm muito o que amadurecer como movimento organizado de pessoas!

O CONE É O CONSELHO NACIONAL DE ESTUDANTES DE DESIGN!

O 14º N Design foi um divisor de águas na história do CONE Design, foram feitas mudanças importantes na estrutura de funcionamento do Conselho e no calendário oficial. Desde 2000, o modelo de Secretária Nacional formado por cinco pessoas de uma mesma faculdade apresentava problemas, falta de continuidade das gestões e conseqüente abandono de cargos, desestruturando o grupo. Como solução, foi apresentada durante as reuniões do Conselho durante o 14º N Design o formato de gestão descentralizada que, composta por pelo menos um representante de cada regional, a Secretaria Nacional funcionaria como uma "diretoria", ou um conselho dentro do conselho, sem hierarquias existentes. A decisão final foi pela adoção deste modelo e cada regional se comprometeu a indicar seus membros candidatos à nacional.

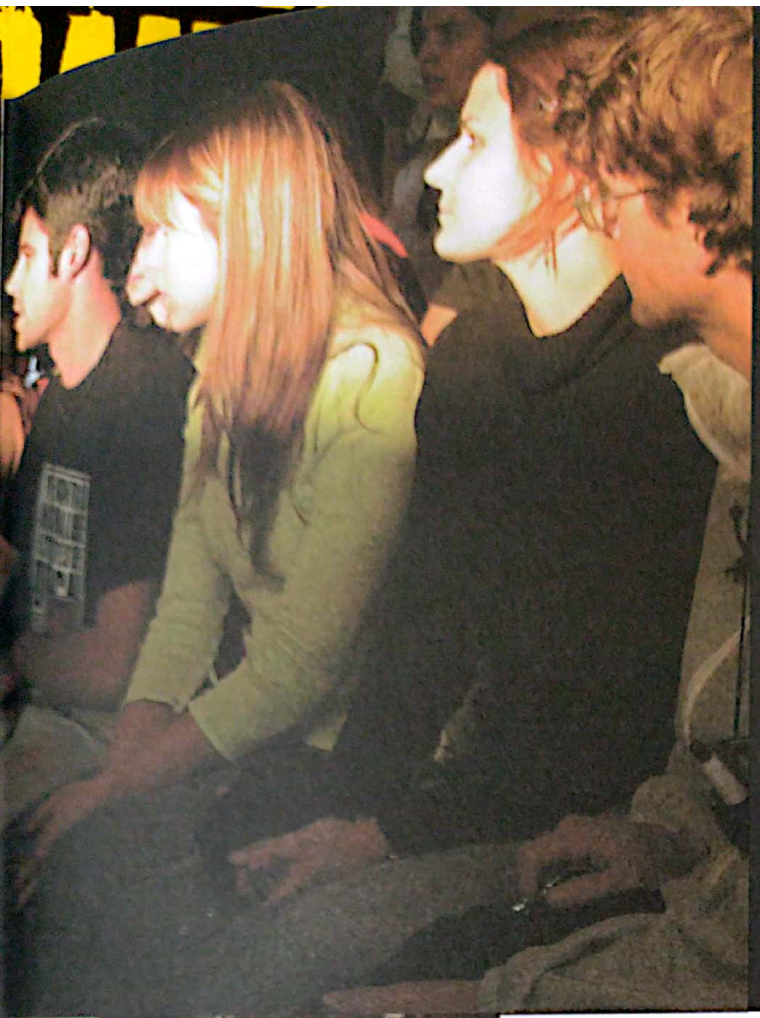
Outro ponto que pode ser considerado um avanço para o movimento estudantil de design como um todo, se refere às questões relativas à proposta do Encontro Regional de Estudantes de Design – o R Design. Com a intenção de preencher a lacuna de eventos do CONE no 2º semestre do ano, ficou definido que as secretarias regionais poderiam coordenar esse tipo de iniciativa - a primeira sede ficaria a critério de a regional decidir – mas a partir da execução do primeiro encontro regional, a próxima cidade-sede deverá ser escolhida dentro do próprio evento, como já funciona no N Design. O ideal é que o evento aconteça entre os meses de outubro e novembro de cada ano. Seguindo a apresentação do calendário estipulado pela nova gestão, ficou decidido que o próximo EnCONE – Encontro Nacional do CONE Design – aconteceria no Rio de Janeiro.

E finalmente, o resultado da votação da próxima sede do N Design. A disputa para sediar o encontro em 2005 ficou entre duas cidades, São Luís-MA e Birigui-SP. A reunião no dia da votação estava tensa e o resultado foi acirrado – 15 votos a 14 – e São Luís do Maranhão levou o 15º N Design! O tema será o Design "ponta-ponta", fazendo referencia à integração do norte ao sul do país.

É importante lembrar que a votação para a sede do próximo N, para as novas Secretarias do CONE Design e uma série de outros assuntos referentes ao movimento estudantil e aos estudantes de design são abordados, discutidos e decididos durante as reuniões do Conselho (CONE Design) no N Design. Se a sua faculdade está sem representante e você nunca ouviu falar deste assunto ou está interessado em saber como pode participar, procure os locais das reuniões do CONE Design durante o N, ou entre em contato com o representante da faculdade mais próxima de você.

CONE Design
Conselho Nacional dos Estudantes de Design
www.conedesign.org.br

(Colaborou: Camila Vieira)



R DESIGN

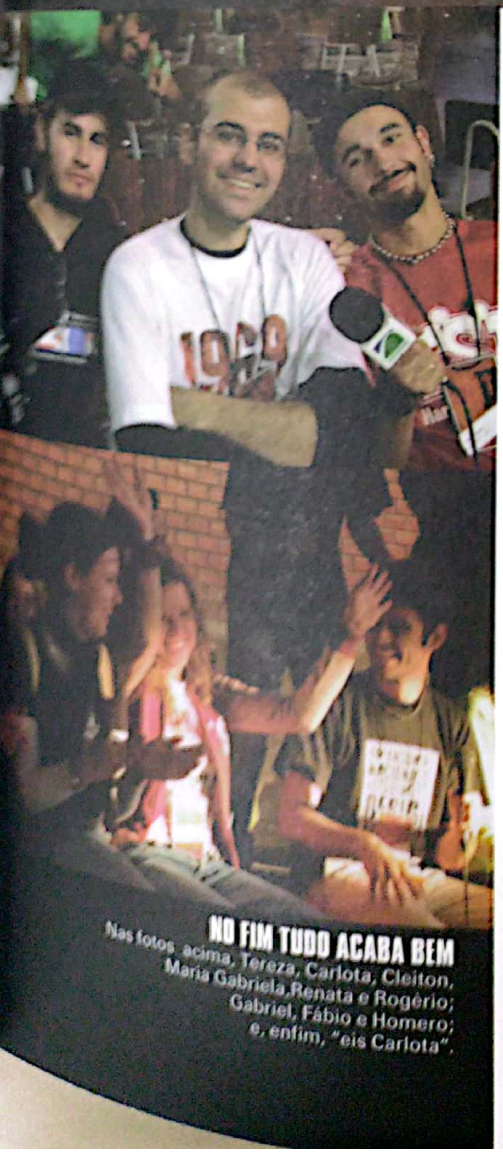
O Encontro Regional de Estudantes de Design é uma realidade. Confira aí as edições realizadas até o fechamento desta edição:

2º R Design Norte/Nordeste
"Essência"
13 a 15 de novembro
Recife-PE

1º R Design São Paulo
"Design com sabor de Tubaína"
13 a 15 de novembro
Birigüi-SP

1º R Design Sul 2004
"O infinito é tão legal... o que será que vem depois?"
5 a 8 de dezembro
Florianópolis-SC

1º R Design Rio 2005
"O impulso é igual à resultante do movimento"
21 a 24 de abril
Campos dos Goytacazes-RJ



NO FIM TUDO ACABA BEM
Nas fotos acima, Tereza, Carlota, Cleiton, Maria Gabriela,Renata e Rogério; Gabriel, Fábio e Homero; e, enfim, "eis Carlota".

GA ENSINO DE DESIGN NO BRASIL

As discussões levantadas pelos participantes do Grupo de Ação sobre Ensino de Design no Brasil deram novo fôlego a um processo de conscientização, debate e luta de estudantes e professores. As discussões centraram-se basicamente no currículo dos cursos e a busca por parâmetros de avaliação dos cursos e trabalhos disciplinares. Apesar do objetivo inicial dos Grupos fosse justamente o encaminhamento para ações médio-curto prazo, constatou-se ao longo dos dias de discussão, que muitos pontos precisavam ser conhecidos por todos, ou seja, que houvesse um momento de reconhecimento comum, das realidades de seus cursos e inquietações dos estudantes. A principal e mais importante resolução do GA de Ensino foi o de levar as discussões sobre ensino para outros eventos, sobretudo os encontros regionais que passariam a integrar o calendário oficial do Conselho Nacional de Estudantes de Design (CONE Design) a partir do segundo semestre do ano. Além disso, foi de consenso de todos que a presença de professores e coordenadores participando das discussões se torna prioritária para que o diálogo entre todos os setores aconteça. Para intensificar as discussões, foi criada uma lista de discussão para os interessados no assunto – seja particiantes do GA durante o N ou em outras iniciativas – o endereço é: http://br.groups.yahoo.com/group/GA_Ensino/

Tereza Bettinardi

Propostas de atividades práticas:

1. a realização de um evento, uma palestra sobre o N Design em sua faculdade, cidade ou região, com o objetivo de apresentar o evento e principalmente para informar às pessoas sobre a ocorrência dos grupos de ação durante o encontro e que precisam continuar trabalhando após o N,
2. elaborar artigos sobre temas amadurecidos e, ao final de um ano (ou quando se fizer necessário) editar uma publicação com todo o material produzido naquele período, fruto das discussões.

Os andamentos do Grupo de Ação realizados durante o N e em outros eventos podem ser acessados na própria lista de discussão ou ainda na lista do CONE Design: http://br.groups.yahoo.com/group/conedesign/

GA ESTÉTICA POPULAR

As ações do grupo estiveram centradas na compreensão das ações que levariam o público a não gostar de nossos projetos. Buscou-se discutir o ensino e a prática do design do Brasil, contrapondo seus "códigos" frente às "preferências" estéticas populares. Ao invés de ater-se ao desgastado discurso de "educar o mercado", o grupo procurou entender o que a sociedade espera dos designers e como fazer para satisfazê-la sem, contudo, esquecer da nossa própria satisfação como profissionais, sobretudo a de "servi-la".

Augusto Fornari Veiras

Uma série de questões foram levantadas e discutidas, sendo que dentre elas podemos elencar:

1. buscar uma aproximação do "senso estético popular" não seria nivelar o design "por baixo"?
2. porque julgamos o "senso estético popular" inferior aos conceitos aprendidos na academia?
3. como podemos entender melhor o "senso estético popular"?
4. o papel social do design não seria a satisfação dos nossos clientes e usuários, ou seja, a própria sociedade?
5. a satisfação da sociedade não seria a nossa própria satisfação como profissional?

A partir das questões discutidas foram levantados os seguintes apontamentos:

1. de modo geral acabamos projetando para satisfazer nosso próprio ego em detrimento das reais necessidades e anseios da sociedade.
2. devemos compreender e, sobretudo, respeitar tais necessidades e anseios, aprendendo a ouvir e realmente entender as pessoas para as quais trabalhamos.
3. encontrar uma maneira de pensar e agir em design que aproxime os profissionais e a sociedade, buscando uma linguagem comum e um reconhecimento recíproco.
4. buscar soluções que "unifiquem" o senso estético popular e os conceitos acadêmicos.
5. sempre que possível, inserir em nossos projetos elementos de nosso código estético para que gradualmente possamos compartilhá-lo com a sociedade.
6. não transformar nossas justificativas de projeto em argumentos intransponíveis contra as necessidades e expectativas dos que mais precisam dele: nossos clientes e usuários.
7. não precisamos necessariamente "gostar" do que fazemos.

Buscando uma continuidade de suas ações, o grupo sugere:

1. criação de grupos extra-classe em cada faculdade ou região para discutir o tema.
2. inserir o tema na discussão de disciplinas curriculares dentro dos cursos de graduação.
3. incentivar a pesquisa antropológica dentro das atividades de graduação.
4. criar instrumentos mais abrangentes como sites, fóruns e listas de discussão para que possamos disseminar tais reflexões.

Por fim, o Grupo de Ação "Estética Popular" concluiu que talvez, através das ações apontadas, deixássemos de fazer design para nós mesmos e passássemos a praticar um design realmente voltado para a sociedade na qual estamos inseridos.

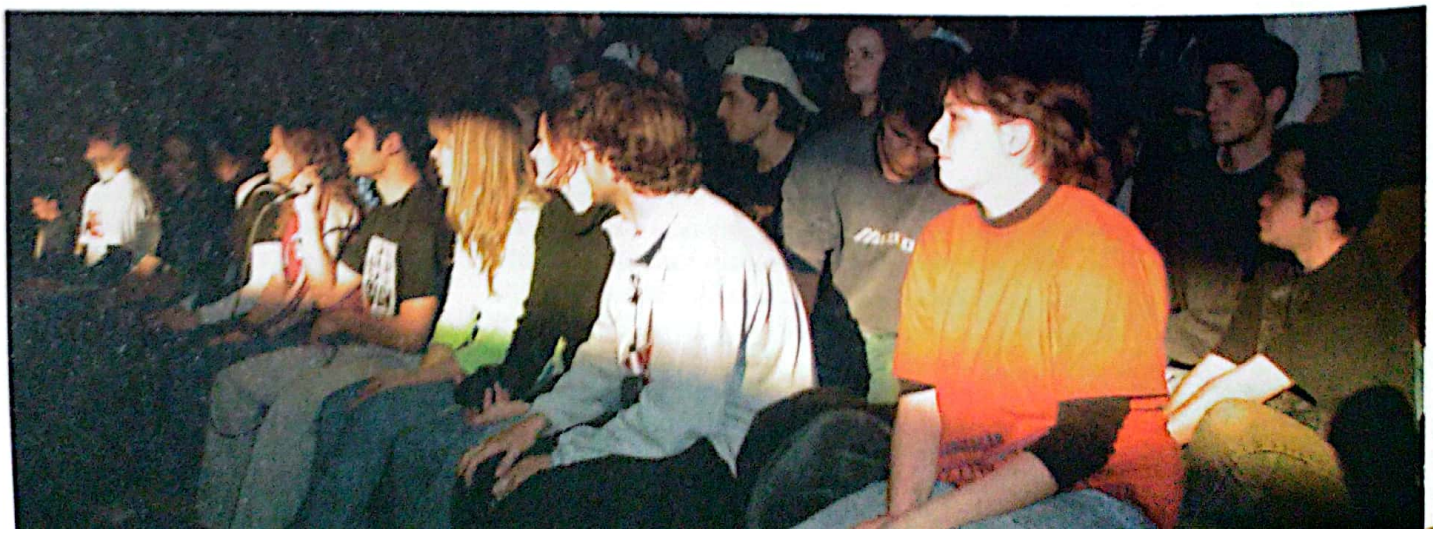
GA DESIGN ACADÊMICO E EMPREENDEDOR

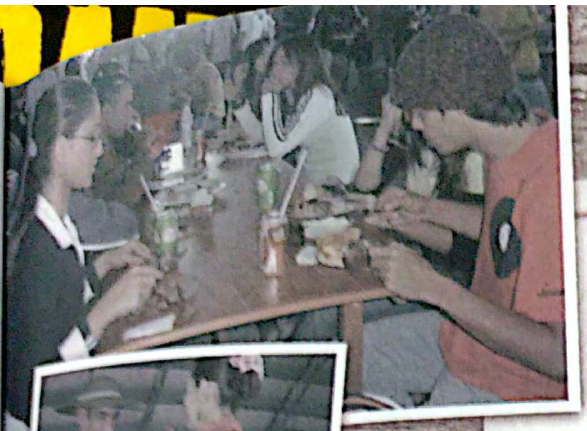
No Grupo de Ação sobre Design Acadêmico e Empreendedor, além da discussão sobre a importância da criação de um empreendimento dentro do meio acadêmico, foram discutidas formas de funcionamento interno destes empreendimentos visando traçar alguns parâmetros com o objetivo de orientar futuras ações nas instituições.

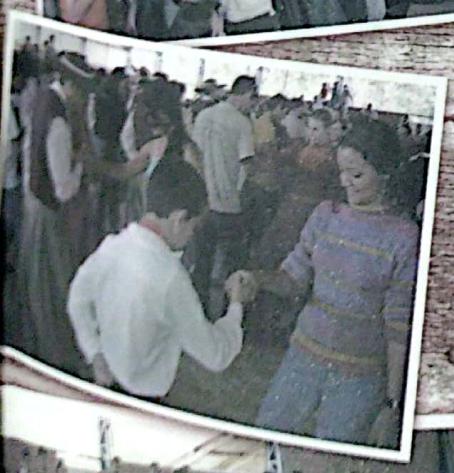
Assim, pode-se perceber o ganho que os cursos e principalmente os alunos obtêm com este tipo de projeto, justamente por: possiblitar o contato real do acadêmico com o mercado de trabalho, gerar uma visão mais ampla sobre gestão de empresas de design, oferecer aos alunos a aportunidade de passar por todas as etapas da realização de um projeto, trabalhar em equipe e aprender aconviver em um ambiente de aprendizado que se apóia em reais valores e objetivos.

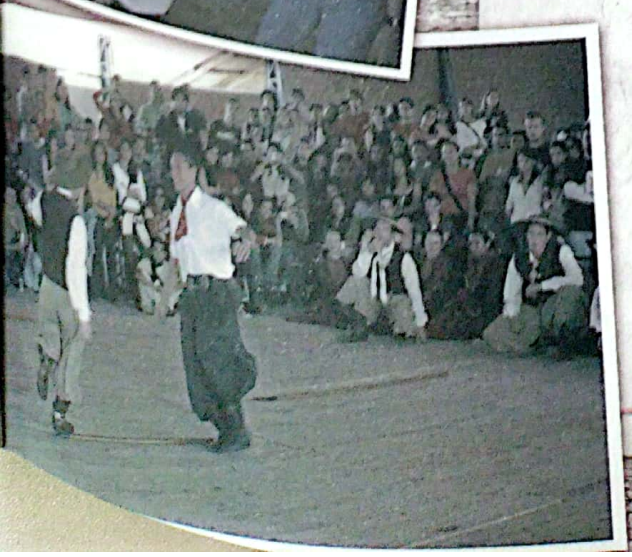
Através dos debates, alunos do curso de Desenho Industrial da UFSM que participaram do GA puderam obter informações e começaram a constituir o seu próprio projeto. Assim, o GA de Design Acadêmico Empreendedor foi de fundamental importância par ao surgimento da Projetar - Empresa Júnior de Desenho Industrial da UFSM. Esta caso é um exemplo de ação que resultou de uma das atividades do 14° N Design.

É bom lembrar que após as discussões dentro do evento, foi criado uma lista de discussão para intensificar o contato entre estudantes das mais diversas instituições. Para participar, acesse: http://br.groups.yahoo.com/group/GA_Empr/









ESPECIALIDADE DA CASA

Sábado foi o dia oficial dentro do N Design para apreciar o top-top da culinária gaúcha. Estavam todos servidos?

A menos que você seja vegetariano ou tenha curado a ressaca da festa da noite anterior, sábado, a partir do meio dia, você foi até o Centro de Exposições da UFSM para prestigiar o Churrasco Gaúcho. Além da comida mais característica do Rio Grande do Sul, o CTG (Centro de Tradições Gaúchas) Sentinela da Querência e uma banda gaúcha estiveram presentes e proporcionaram uma apresentação de danças típicas que impressionou até os nativos do estado.

Cerca de 1300 convites foram vendidos, mas o número de pessoas presentes era maior. Era hora de preencher o caderninho com todos os contatos feitos durante a semana, fazer as primeiras despedidas, trocar idéias, se conhecer. O clima era tão favorável ao encontro entre as pessoas, que muita gente acabou se conhecendo por ali mesmo, dividindo a mesma mesa da comida ou em alguma das rodinhas de pessoas que lotavam o gramado. Alguns já tentaram descomprimir a semana toda cheia de discussões e idéias em fanzines – foi o caso do 3ab, organizado por estudantes de Florianópolis e Brasília – ou apenas divulgar o trabalho feito durante semana, como a exposição de fotos da oficina "Entendimento da luz na fotografia noturna". O pessoal da organização fez questão de registrar as impressões sobre o Churrasco Gaúcho, e é o que você confere agora. Algumas dessas experiências lhe são familiares?

"E, como se isso já não bastasse, na saída, ainda pude ver pessoas deitadas na grama, por ali, batendo um papo tranqüilas, numa boa. Era como se tudo: a atmosfera, a luz, as pessoas e aquele lugar conspirassem a favor do verbo encontrar"
Tereza Bettinardi

"Foi bem legal quando o grupo começou a dançar no tablado e uma fileira de pessoas com câmeras fotográficas se formou para registrar aquele momento"
Juliana Dalla Rosa

"Logo quando cheguei ao Galpão do Centro de Eventos, a primeira coisa que vi foi todo aquele pessoal, praticamente o evento inteiro, sentado para almoçar"
Renata Cassol

"Uma coisa que marcou muito no churrasco, foi quando começaram as apresentações gaudérias e um palestrante, que no debate tinha uma cara tri séria, subiu na mesa para assistir ao show. Foi muito legal ver aquilo, só tinha gurizada em cima das mesas, e então olhei para o lado e vejo aquela criatura fazendo a mesma coisa, deu para perceber que aquilo lá também o comoveu"
Carlota Viero

O REGISTRO DO REGISTRO

Agora o desafio era sintetizar aquela semana intensa de atividades em 48 páginas de uma revista e 2 horas de um DVD. Alguém por acaso disse que seria fácil?

Bom, se vocês hoje têm o prazer (?) de ter em mãos esta revista e o DVD que o acompanha, devem agradecer a uma infinidade de pessoas que ajudaram e trabalharam durante a maratona que foi a 14ª edição do N Design. Porém, é necessário destacar a atuação onipresente e onipotente de duas criaturas maníacas, perfeccionistas, atucanadas, loucas e muito, mas muito "caxias": o Fábio Dias e a Tereza Bettinardi. Ele é o principal responsável pelo registro audiovisual, e ela, por esta publicação que está sendo lida por você no momento. Mas dá para dizer que o trabalho envolveu toda a CONDE novamente, um ânimo novo, como se o N estivesse por ali – e na verdade estava mesmo.

Quando fui convidado para participar do vídeo de apresentação da cidade e, posteriormente da cobertura do evento, não fazia a mínima idéia do que vinha pela frente. Primeiro que eu nem sabia que diabos era N Design, quando fui convocado pelo pessoal da Comissão Organizadora para apresentar Santa Maria aos presentes no EnCONE em São Paulo.

Para começar, as filmagens do tal vídeo foram feitas no calor escaldante da segunda semana de janeiro de 2004. Para se ter uma idéia, o bafo era tão intenso que rolaram até rumores de que o Tinhoso queria transferir suas instalações infernais para o coração do Rio Grande. Durante as gravações, comecei a perceber que o troço não era brincadeira. Profissionalismo, dedicação e o sempre presente mau humor do Fábio, bem como as piadas infames e sem graça, de que só ele ri, foram a tônica dos dois dias de filmagem. Um tempo depois, tive a honra de ser escalado para fazer a cobertura como repórter durante o N. Além de mim, uma equipe de filmagem, formada em sua maioria pela galera da Comunicação Social da UFSM, foi a responsável por toda a cobertura audiovisual do encontro. Aliás, pelo que se pôde constatar, esse foi o primeiro N onde o pessoal do Design uniu forças com a rapaziada da Comunicação. Ponto para a galera que teve essa bela iniciativa!

Assim como uma quantidade razoável de pessoas que entrevistei, achei a função toda algo mágico e envolvente, e, apesar de ser meu debut em um N, percebi por que pessoas de tão longe enfrentavam dias de viagem, situações adversas, mudanças bruscas de temperatura e inúmeras outras dificuldades para estarem ali. É algo quase inexplicável, que só estando ali para sentir. Era gente que viajou uma semana inteira dentro de um ônibus, outros passando frio, uns que trocaram as férias no verão para poderem prestigiar o evento e até gente que só estava ali porque os colegas pagaram sua viagem. Foram festas, palestras, oficinas, repentina, tragos memoráveis, estresse diário, situações engraçadas, situações dramáticas, sono, fome e muitas outras coisas que fizeram do 14° N uma experiência única. E é isso, mostrado em uma das inúmeras visões do evento, que o pessoal está tentando mostrar aqui. Não a visão oficial, mas um pouco do N na ótica de quem só teve tempo de pensar no que ele realmente foi depois que acabou.

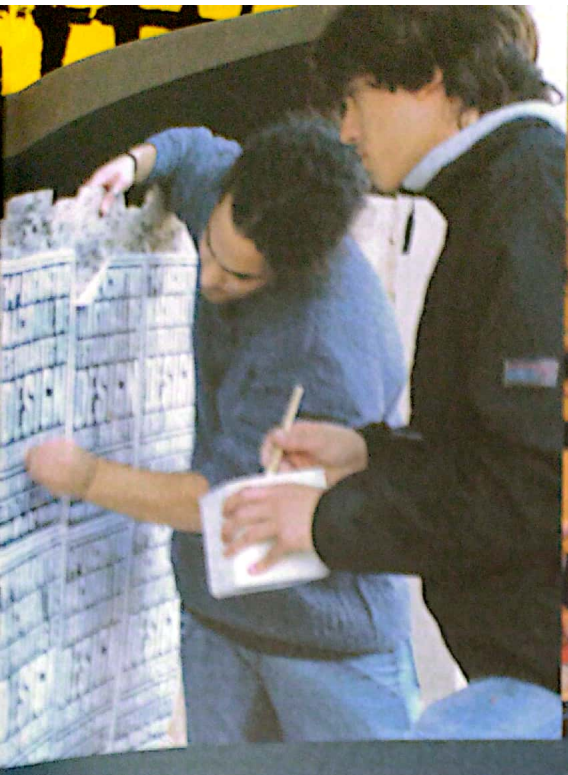
POR QUE REGISTRAR?

A idéia de produzir uma revista do evento, assim como nas edições 1 e 7, já existia, mas a de editar um material audiovisual, não. A princípio, o material coletado – como palestras, debates, oficinas e mesas redondas - serviria para quem trabalhou durante o encontro, e não pôde assistir, dar uma olhada depois. Já as entrevistas, matérias e os vídeos da repentina eram, inicialmente, para serem exibidos no final de cada dia, nas palestras de encerramento.

Porém, como a quantidade de material coletado foi vasta e interessante, e o povo que havia participado do N queria assistir ao que havia sido captado durante os dias do evento, veio então o objetivo de realizar a produção do DVD, o primeiro registro em vídeo lançado sobre o encontro. Para reforçar e dar um gás a esse projeto, a galera da CONDE do ano passado foi "pressionada", durante a edição do EnCONE deste ano, a realmente levar adiante este projeto. E foi então que, desde fevereiro, os preparativos para a confecção e o lançamento do material estão sendo feitos.

A REVISTA

Todos os que conhecem a Tereza sabem que ela é super gente fina. Contudo, quando colocada sob pressão, sua simpatia e bondade praticamente desaparecem. Tá, exagerei um pouco, eu sei, mas que ela fica azeda é fato! Prova disso são os nicks usados por ela no MSN durante o tempo em que estava fazendo a revista. Coisas do tipo: "não ouse falar comigo" ou "só fale comigo se o assunto for a tal revista...e se tiver relevância". Daí já dá pra ter uma idéia! Mas não é pra menos, pois além de escrever quase todos os textos, ela ainda é a principal responsável pela parte gráfica da revista.



APESAR DE TRABALHOSO, FOI DIVERTIDO!
Uma mega-estrutura montada para finalizar uma parte do registro do 14º N

Quando perguntei à Tereza o que ela sentiu quando o N chegou ao fim, a resposta foi "uma crise pós N, uma sensação de vazio", já que toda aquela agitação e euforia da preparação e da realização do evento haviam passado. Segundo a própria, não deu nem tempo de aproveitar o que o evento ofereceu de bom. Só depois, assistindo às gravações, recebendo e-mails, conversando com as pessoas e procurando comentários na Internet que ela se conformou e percebeu que o encontro realmente havia superado as expectativas da galera.

Porém, não demorou muito tempo para que a vice-presidente da CONDE se sentisse "preenchida" – no bom sentido, claro! – novamente, pois com toda a função da revista, muito do que foi feito durante o N veio à tona novamente. Correria diária, pouco tempo livre, estresse, delírios criativos voltaram a ser coisas que ocuparam muito bem a mente da futura designer e ex-futura jornalista.

O projeto inicial da revista previa 32 páginas, mas logo foi ampliado para 48 dando um pouco mais de dor de cabeça para sua responsável. Para tirar um pouco do peso de suas costas, Tereza convidou algumas pessoas que, de alguma maneira, tiveram envolvimento com o N, para escreverem na revista e colocarem um pouco de suas impressões sobre o evento.

O DVD

Como já mencionado, este é o primeiro vídeo de um Encontro Nacional dos Estudantes de Design. O principal responsável por esta aberração audiovisual é um sujeito natural da cidade de Santo Ângelo, interior do RS. Do alto de seus vinte e poucos anos e com uma cara de louco: óculos, calvo e fã de Engenheiros do Hawaii – será que tem como depreciar mais o elemento? – ele coloca toda sua energia na produção do material. Além dele, uma equipe de alunos de Publicidade e Propaganda metidos a cineastas está ajudando a fazer a edição e a montagem do conteúdo que virá no DVD. A quantidade de imagens é tão grande que todo cuidado é pouco para não deixar nada importante de fora.

Em uma breve visita à casa do rapaz, pude constatar que o local virou um acampamento, literalmente. Vários computadores ligados em rede, câmeras de vídeo, videocassetes, aparelhos de som e DVD, scanner, máquinas fotográficas digitais e outras parafernálias eletrônicas ligadas a computadores transformaram o lar do indivíduo em uma produtora cinematográfica momentânea. Além de toda essa bugiganga eletrônica, ainda papéis, restos de comida, garrafas de refrigerante e uma enorme quantidade de fitas de vídeo decoravam o lugar.

O vídeo pode ser dividido em duas partes: a do conteúdo – no qual foram selecionados os melhores momentos de cada palestra e debates –; e o engraçado/emocional, contendo entrevistas e reportagens compiladas durante o encontro, os vídeos da repentina e o documentário com as entrevistas feitas há pouco tempo, com o pessoal da CONDE e algumas outras pessoas que trabalharam no 14º N.

Brincadeiras à parte, minha participação no N foi uma das coisas mais gratificantes que fiz ano passado. Uma semana inteira rodeado de pessoas comprometidas e responsáveis que fizeram do encontro uma referência em suas 15 edições. Deixo aqui meu muito obrigado e um bom N em São Luís. E, pelos poderes a mim delegados, declaro, agora, oficialmente encerrada a 14ª edição do N Design. Que venham os próximos e que sejam tão mágicos quanto esse!

Homero Pivotto Junior
Jornalista, rockeiro, "guri do vídeo" do 14º N Design e o único capaz de atravessar os trilhos da cidade sob um sol de 40°C em janeiro de 2004.

14º ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDANTES DE DESIGN
DESIGN EMERGENTE
SANTA MARIA-RS-BRASIL
DE 18 A 25 DE JULHO DE 2004
www.ufsm.br/ndesign

IDENTIDADE VISUAL EM VÁRIOS TEMPOS

Imagens de antes, durante e após o 14° Encontro Nacional de Estudantes de Design. As inconfundíveis caixas amarelas, camisetas, certificados, crachás, placas de sinalização (instaladas ou decorando o CA de alguma faculdade pelo Brasil). Páginas dedicadas as pessoas que ajudaram a construir esta história - todos vocês!

ANTA MARIA-RS-BRASIL

E 18 A 25 DE JULHO DE 2004

www.ufsm.br/ndesign

14º ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDANTES DE DESIGN

Realização:

Petrocínio:

Apoio: